



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y
COMPETITIVIDAD EN “TRUCHA DORADA” S.R.L -
CHOTA, CAJAMARCA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

Bach. Díaz Torres Leodan

Bach. Salazar Rugel Ronie Junior

Asesor:

Mg. Villanueva Calderón Amílcar

Línea de Investigación:

Gestión y Competitividad

Pimentel - Perú

2018

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD
EN “TRUCHA DORADA” S.R.L- CHOTA, CAJAMARCA.**

Aprobación del proyecto

Mg. Otero Gonzales Carlos

Asesor metodólogo

Mg. Villanueva Calderón Amílcar

Asesor especialista

Mg. Deza Malca Gerardo

Presidente del jurado de tesis

Mg. Ramos Fe roñan Emma Verónica

Secretario del jurado de tesis

Mg. Villanueva calderón Amílcar

Asesor especialista

Dedicatoria

A nuestros padres

Juvencio Díaz Vásquez

Brijida Torres Heredia

José Salazar Arce

Marisol Rugel Coronado

Por acompañarnos, ser el apoyo incondicional y escucharnos siempre;

Sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

Díaz Torres Leodan

Salazar Rugel Ronie Junior

Agradecimiento

En primer lugar queremos agradecer a Dios por tantas bendiciones dadas y por ofrecernos la oportunidad de llegar hasta acá.

A nuestros padres por darnos amor, apoyo incondicional y todos los esfuerzos que han hecho para que podamos terminar nuestra carrera, ellos han sido nuestros guías, los admiramos y sabemos que sin ellos esto no hubiera sido posible. Por su paciencia y acompañamiento en cada momento de nuestras vidas, siempre dispuestos a darnos un consejo o simplemente a escucharnos cuando lo necesitábamos.

Queremos darles nuestros sinceros agradecimientos a todas aquellas personas que nos acogieron y nos apoyaron en la ciudad de Chiclayo.

A nuestros docentes de la escuela de administración , que siempre estuvieron dispuestos a solucionar nuestras dudas, a estar presente cuando lo necesitamos, por creer, apoyar nuestra idea y darnos la respuesta en el momento indicado.

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice de tablas	vi
Índice de Figuras.....	viii
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción.....	xii
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Situación Problemática.....	1
1.2. Formulación del Problema	7
1.3. Delimitación de la Investigación.....	7
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación	7
1.5. Limitaciones de la Investigación	8
1.6. Objetivos de la Investigación	9
CAPITULO II: MARCO TEORICO	10
2.1. Antecedentes de Estudios	10
2.2. Estado del arte	17
2.3. Base teórica científicas	20
2.3.1. Responsabilidad social	20
2.3.1.1. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.....	21
2.3.1.2. Compromiso ético y social del empresario	23
2.3.1.3. La ética empresarial	23
2.3.1.4. Estrategias de responsabilidad social empresarial.....	24
2.3.1.5. Enfoques de responsabilidad social.....	26
2.3.1.6. La responsabilidad social para los grupos de interés.....	27
2.3.1.7. Normatividad de responsabilidad social empresarial ISO 26000	28
2.3.2. Competitividad	36
2.3.2.1. Competitividad empresarial	37
2.3.2.2. Diagnóstico de la competitividad organizacional	38
2.3.2.3. Factores que determinan la competitividad empresarial ...	39
2.4. Definición de la terminología.....	41
CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO	43
3.1. Tipo y diseño de la investigación	43
3.2. Población y muestra:.....	44
3.3. Hipótesis	45
3.4. Variables.....	45
3.5. Operacionalización.....	46
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	48
3.7. Procedimiento para la recolección de datos.....	50
3.8. Plan de análisis estadístico de datos.....	50
3.9. Principios éticos.....	51
3.10. Criterios de rigor científico.....	51
CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	53
4.1. Resultados en tablas y gráficos	53
4.2. Análisis de relación de variables.....	92

4.3. Discusión de resultados	94
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	96
5.1. Introducción	96
5.2. Objetivo de la propuesta.	97
5.2. Fundamento teórico de la propuesta	97
5.3. Modelo de Responsabilidad Social para la empresa Trucha Dorada de Chota – Cajamarca.	99
5.4. Estrategias de solución	100
5.5. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial en Trucha Dorada.....	106
5.6. Plan de acción para el desarrollo de las estrategias	108
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
6.1. Conclusiones	110
6.2. Recomendaciones.....	112
REFERENCIAS.....	113
ANEXOS	119

Índice de tablas

Tabla 4.1.1: Género	55
Tabla 4.1.2: Grado de instrucción	56
Tabla 4.1.3: Nivel de promoción de empleo por parte de la empresa Trucha Dorada en la ciudad de Chota	57
Tabla 4.1.4: Nivel de realización de charlas en la ciudad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada con respecto al cuidado del medio ambiente	58
Tabla 4.1.5: Nivel de integración por parte de la empresa Trucha Dorada para apoyar a las actividades sociales que se realizan en la ciudad de Chota	59
Tabla 4.1.6: Nivel de responsabilidad por parte de la empresa Trucha Dorada en la realización de las actividades	60
Tabla 4.1.7: Nivel de tecnología adecuada que utiliza la empresa Trucha Dorada para la fabricación de sus productos	61
Tabla 4.1.8: Nivel en el que afectan las actividades de la empresa Trucha Dorada al bienestar de las familias chotanas	62
Tabla 4.1.9: Nivel de cuidado por parte de la empresa Trucha Dorada en arrojar basura en lugares inapropiados que afecten el ambiente saludable de la localidad	63
Tabla 4.1.10: Nivel de utilización de recursos de manera responsable por parte de la empresa Trucha Dorada	64
Tabla 4.1.11: Nivel de responsabilidad en desechar de manera responsable los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada	65
Tabla 4.1.12: Nivel de relación de la empresa Trucha Dorada con la población de tal forma que sus actividades no afectan la tranquilidad de la población	66
Tabla 4.1.13: Nivel de satisfacción de los pobladores de Chota con la atención que le brindan los trabajadores de la empresa Trucha Dorada	67
Tabla 4.1.14: Nivel de realización de actividades sociales por parte de la empresa Trucha Dorada que favorecen a la comunidad de Chota	68
Tabla 4.1.15: Nivel de atención de calidad que brinda a sus clientes es la que los caracteriza a la empresa Trucha Dorada	69
Tabla 4.1.16: Nivel de calidad de productos que brinda a sus clientes la empresa Trucha Dorada es la que los caracteriza	70
Tabla 4.1.17: Nivel del local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderna	71
Tabla 4.1.18: Nivel de diferencia de la empresa Trucha Dorada con la competencia	72
Tabla 4.1.19: Nivel de preocupación por el bienestar de los trabajadores y la comunidad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada	73

Tabla 4.1.20: Género	74
Tabla 4.1.21: Edad	75
Tabla 4.1.22: Grado de instrucción	76
Tabla 4.1.23: Nivel de estabilidad en el empleo de sus colaboradores de la empresa Trucha Dorada	77
Tabla 4.1.24: Nivel de capacitación para el desarrollo de sus trabajadores promovida por la empresa Trucha Dorada	78
Tabla 4.1.25: Nivel de apoyo para las actividades sociales que la empresa Trucha Dorada destina recursos económicos para la ciudad de Chota	79
Tabla 4.1.26: Nivel político de ética empresarial que la empresa trucha Dorada fomenta a sus trabajadores	80
Tabla 4.1.27: Nivel de la utilización de maquinaria de última generación para la producción de sus productos de la empresa Trucha Dorada	81
Tabla 4.1.28: Nivel de respeto y tranquilidad que la empresa Trucha Dorada brinda a las familias de Chota	82
Tabla 4.1.29: Nivel de responsabilidad para que los desechos de la empresa Trucha Dorada sean colocados en lugares donde no afecte a la población ni el medio ambiente	83
Tabla 4.1.30: Nivel de cuidado de los recursos de manera responsable por la empresa Trucha Dorada	84
Tabla 4.1.31: Nivel de responsabilidad con los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada	85
Tabla 4.1.32: Nivel de realización de las actividades de la empresa trucha Dorada en la ciudad de Chota con normalidad y sin inconvenientes	86
Tabla 4.1.33: Nivel de preocupación por la empresa Trucha Dorada por brindar una atención de calidad	87
Tabla 4.1.34: Nivel de recursos económicos destinado para las actividades sociales de la ciudad de Chota por la empresa Trucha Dorada	88
Tabla 4.1.35: Nivel de responsabilidad con los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada	89
Tabla 4.1.36: Nivel de normas de calidad en la empresa Trucha Dorada para la fabricación de productos.	90
Tabla 4.1.37: Nivel de modernidad del local de la empresa Trucha Dorada	91
Tabla 4.1.38: Nivel de diferencia de la empresa Trucha Dorada es mejor que el de la competencia	92
Tabla 4.1.39: Nivel de preocupación por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada	93

Índice de Figuras

Figura 4.1.1: Género	55
Figura 4.1.2: Grado de instrucción	56
Figura 4.1.3: Nivel de promoción de empleo por parte de la empresa Trucha Dorada en la ciudad de Chota	57
Figura 4.1.4: Nivel de realización de charlas en la ciudad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada con respecto al cuidado del medio ambiente	58
Figura 4.1.5: Nivel de integración por parte de la empresa Trucha Dorada para apoyar a las actividades sociales que se realizan en la ciudad de Chota	59
Figura 4.1.6: Nivel de responsabilidad por parte de la empresa Trucha Dorada en la realización de las actividades	60
Figura 4.1.7: Nivel de tecnología adecuada que utiliza la empresa Trucha Dorada para la fabricación de sus productos	61
Figura 4.1.8: Nivel en el que afectan las actividades de la empresa Trucha Dorada al bienestar de las familias chotanas	62
Figura 4.1.9: Nivel de cuidado por parte de la empresa Trucha Dorada en arrojar basura en lugares inapropiados que afecten el ambiente saludable de la localidad	63
Figura 4.1.10: Nivel de utilización de recursos de manera responsable por parte de la empresa Trucha Dorada	64
Figura 4.1.11: Nivel de responsabilidad en desechar de manera responsable los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada	65
Figura 4.1.12: Nivel de relación de la empresa Trucha Dorada con la población de tal forma que sus actividades no afectan la tranquilidad de la población	66
Figura 4.1.13: Nivel de satisfacción de los pobladores de Chota con la atención que le brindan los trabajadores de la empresa Trucha Dorada	67
Figura 4.1.14: Nivel de realización de actividades sociales por parte de la empresa Trucha Dorada que favorecen a la comunidad de Chota	68
Figura 4.1.15: Nivel de atención de calidad que brinda a sus clientes es la que los caracteriza a la empresa Trucha Dorada	69
Figura 4.1.16: Nivel de calidad de productos que brinda a sus clientes la empresa Trucha Dorada es la que los caracteriza	70
Figura 4.1.17: Nivel del local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderna	71
Figura 4.1.18: Nivel de diferencia de la empresa Trucha Dorada con la competencia	72
Figura 4.1.19: Nivel de preocupación por el bienestar de los trabajadores y la comunidad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada	73

Figura 4.1.20: Género	74
Figura 4.1.21: Edad	75
Figura 4.1.22: Grado de instrucción	76
Figura 4.1.23: Nivel de estabilidad en el empleo de sus colaboradores de la empresa Trucha Dorada	77
Figura 4.1.24: Nivel de capacitación para el desarrollo de sus trabajadores promovida por la empresa Trucha Dorada	78
Figura 4.1.25: Nivel de apoyo para las actividades sociales que la empresa Trucha Dorada destina recursos económicos para la ciudad de Chota	79
Figura 4.1.26: Nivel político de ética empresarial que la empresa trucha Dorada fomenta a sus trabajadores	80
Figura 4.1.27: Nivel de la utilización de maquinaria de última generación para la producción de sus productos de la empresa Trucha Dorada	81
Figura 4.1.28: Nivel de respeto y tranquilidad que la empresa Trucha Dorada brinda a las familias de Chota	82
Figura 4.1.29: Nivel de responsabilidad para que los desechos de la empresa Trucha Dorada sean colocados en lugares donde no afecte a la población ni el medio ambiente	83
Figura 4.1.30: Nivel de cuidado de los recursos de manera responsable por la empresa Trucha Dorada	84
Figura 4.1.31: Nivel de responsabilidad con los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada	85
Figura 4.1.32: Nivel de realización de las actividades de la empresa trucha Dorada en la ciudad de Chota con normalidad y sin inconvenientes	86
Figura 4.1.33: Nivel de preocupación por la empresa Trucha Dorada por brindar una atención de calidad	87
Figura 4.1.34: Nivel de recursos económicos destinado para las actividades sociales de la ciudad de Chota por la empresa Trucha Dorada	88
Figura 4.1.35: Nivel de responsabilidad con los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada	89
Figura 4.1.36: Nivel de normas de calidad en la empresa Trucha Dorada para la fabricación de productos.	90
Figura 4.1.37: Nivel de modernidad del local de la empresa Trucha Dorada	91
Figura 4.1.38: Nivel de diferencia de la empresa Trucha Dorada es mejor que el de la competencia	92
Figura 4.1.39: Nivel de preocupación por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada	93

Resumen

En la presente investigación se planteó como problema saber ¿Cuál es la relación de la responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en “Trucha Dorada” S.R.L-Chota, Cajamarca? Para ello el objetivo principal fue determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad de “Trucha Dorada” S.R.L- Chota, Cajamarca. Para el desarrollo de la investigación se ha realizado un estudio de tipo correlacional siguiendo un diseño no experimental transversal, donde se contó con el estrato 1 conformado por 34563 habitantes de Chota de los que se determinó una muestra de 244 personas, y el estrato 2 conformado por 25 trabajadores los mismos que conformaron la muestra 2; en este caso se realizó una encuesta utilizando como instrumento al cuestionario tipo escala de Likert para obtener la información con la que se llegó a los resultados. A través de los resultados se determinó que la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa “Trucha Dorada” S.R.L"- Chota, Cajamarca presenta deficiencias en cuanto a charlas informativas a la población sobre el cuidado del medio ambiente, la falta de apoyo a las actividades culturales de la localidad. Por otro lado, se tuvo que la competitividad de la empresa está dada por los procesos de producción de calidad por lo que los pobladores la consideran diferente (mejor) que la competencia, y la moderna infraestructura. En cuanto a elaborar una propuesta de responsabilidad social empresarial para la empresa Trucha Dorada, se ha podido identificar que la empresa no destina suficientes recursos económicos para realizar actividades de responsabilidad social, por lo tanto, una propuesta de responsabilidad social empresarial es necesario en Trucha Dorada.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, competitividad, stakeholders, ética

Abstract

In this research was raised as a problem to know what is the relationship between CSR and Competitiveness "Golden Trout" S.R.L- Chota, Cajamarca? For this, the main objective was to determine the relationship between CSR and competitiveness "Golden Trout SRL" Chota-Cajamarca. For the development of the investigation it has performed a correlational following a cross not experimental design, where he had the extract 1 formed by 35563 people in Chota of a sample of 244 people was determined, and 2 extract made 25 workers who formed the same sample 2; in this case a survey was conducted using as the type Likert scale questionnaire to obtain the information that was reached results. Through the results it was determined that corporate social responsibility of the company "Trout Dorada" S.R.L- Chota ,Cajamarca has deficiencies in terms of information to the public about the environmental care talks, the lack of support for cultural activities locality. On the other hand, had to the competitiveness of the company is given by the production process quality so that people consider different (better) than the competition, and modern infrastructure. It has concluded that the proposal to develop a corporate social responsibility for the company Golden Trout has been identified that the company does not allocate resources for social responsibility activities, therefore, a proposal for corporate social responsibility needed in Golden Trout.

Key words: corporate social responsibility, competitiveness, stakeholders, ethics

Introducción

Para Villa (2010) el término responsabilidad social de las empresas (RSE) o responsabilidad empresarial, significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa.

Porter (2008) describe la competitividad como la capacidad de una empresa para disponer de algunos atributos que le permiten una eficiencia superior y le otorgan cierto tipo de ventaja comparativa sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de valor.

En la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca es necesario conocer las necesidades que tiene y debe tener con los trabajadores y con la sociedad ya que la administración moderna exige una gestión ética de las empresas, es decir que sean empresas socialmente responsables; de esta manera sería posible lograr tener ventajas competitivas que la diferencien de la competencia. Por lo tanto, establece una investigación orientada a analizar la RSE y competitividad de la empresa Trucha Dorada.

Se ha planteado como problema de investigación saber ¿Cuál es la relación de la responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en “Trucha Dorada” S.R.L -Chota, Cajamarca?

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada S.R.L- Chota, Cajamarca.

La investigación es importante porque con los resultados del estudio se proporcionó los datos necesarios para tomar acciones correctivas y de esta manera se va a plantear estrategias que van a favorecer a la empresa, trabajadores y a la comunidad, por lo tanto se mejorará la satisfacción del trabajador y por ende cubrir las expectativas del cliente externo.

En cuanto al contenido de la presente investigación se divide en seis capítulos los cuales se detallan a continuación:

Capítulo I: Abarca en Problema de Investigación, donde está la situación problemática, además está la formulación del problema, delimitación de la investigación, justificación e importancia de la investigación, limitaciones de la investigación, y los objetivos.

Capítulo II: Comprende todo lo que es Marco Teórico, en el cual se da a conocer los antecedentes de estudios, el estado del arte, las bases teóricas científicas y la definición de la terminología.

Capítulo III: Contiene el Marco Metodológico, es decir la metodología a ser utilizada seguido por el tipo y diseño de investigación, población y muestra, hipótesis, variables, operacionalización, métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, los criterios éticos y criterios de rigor científico.

Capítulo IV: Contiene el Análisis e Interpretación de los Resultados, donde se observa los resultados estadísticos en tablas y gráficos obtenidos de la aplicación del instrumento de recolección de datos, además está la discusión de resultados.

Capítulo V: Contiene la propuesta de la investigación.

Capítulo VI: Contiene las conclusiones de la investigación y las recomendaciones en base a las conclusiones.

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Situación Problemática

La responsabilidad social ayudara a las empresas a tomar conciencia del rol en sus actividades económicas y sociales, para el progreso de los países en vías de desarrollo y desarrolladas, reconociéndose como agente de cambio para mejorar la calidad de vida en la comunidad y la competitividad de la empresa.

La competitividad de una empresa es considerada como la capacidad para desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, sostenerse a lo largo del tiempo y crecer continuamente.

El éxito de la empresa moderna involucra que sean responsables, tanto con su entorno interno como externo, se debe, fundamentalmente, a la creciente y sistemática innovación e incorporación de conocimientos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas comparativas.

Nivel internacional

Galuppo, (2012) manifiesta que el enfoque moderno del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, se inició en Estados Unidos a mediados del siglo XX, a raíz de importantes crisis en empresas multinacionales ante el manejo poco ético de los negocios. A lo largo de estos años, la gerencia moderna ha comprendido el valor estratégico de este lineamiento que va más allá de una simple acción de caridad. La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión estratégica para participar en el proceso de desarrollo de los países.

En cuanto a lo que manifiesta Galuppo (2012), da a entender que la gerencia moderna debe darse por un manejo ético en las empresas, esto implica que en la empresa Trucha Dorada de Chota – Cajamarca

es necesario una adaptación a los cambios del mercado a través de una administración moderna y ética del negocio, ya que de esta manera se va a aportar al desarrollo de la localidad y la sociedad.

Robira, (2012) explica que en Estados Unidos en cuanto a competitividad, la gente exige un comportamiento ético y premia a las firmas que son competitivas en calidad y en precio pero también en valores compartidos por el conjunto de la sociedad; es por ello que las empresas son conscientes de esta realidad y demanda social, primero fueron las grandes corporaciones pero poco a poco, de forma capilar, la Responsabilidad Social Corporativa se ha ido adentrando en las empresas medianas y PYMES.

Respecto a la competitividad de la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca, debe basarse en valores que se pueda compartir con la sociedad chotana a través de un comportamiento responsable, con el entorno interno y externo de la empresa.

Galuppo, (2012) explica que en Venezuela, la iniciativa de Responsabilidad Social Empresarial se inició de manera formal, en tiempos de las transnacionales petroleras que fueron las primeras compañías en diseñar programas para sus trabajadores; estos planes básicamente tenían que ver con dotación de viviendas, escuelas y demás beneficios que impactaban de manera positiva y determinante la calidad de vida de los empleados.

En este sentido, según lo que explica Galuppo (2012), en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca es necesario el diseño de programas enfocados en apoyar a la sociedad y a los trabajadores como parte de sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Donilba, (2012) manifiesta que una estrategia competitiva para organizaciones en Venezuela es una manera de estar consciente de las

fortalezas y debilidades de la empresa, de aprovechar las fortalezas para competir, de reducir las debilidades, de evitar las amenazas con acciones oportunas y de aprovechar las oportunidades; todo esto se traduce en una capacidad competitiva que se proyecta a toda la organización. Al parecer, existen suficientes evidencias que demuestran que un comportamiento como el de estas empresas genera competitividad y desarrollo local y que bien pudiera ser un ejemplo para imitarse, optimizarse o superarse.

En este caso Donilba (2012), explica que en una empresa son necesario, tanto los factores internos como los externos; por lo tanto, se puede decir que en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca es importante hacer un análisis situacional interno y externo para proyectar a la organización en un sentido de competitividad.

Gorrochategui, (2012) manifiesta que en Argentina la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) ha sido incorporada a la agenda de la administración a través de un proceso que ha acompañado los cambios en las condiciones sociales y contextuales, donde se reconoce su origen en las preocupaciones por la autorregulación del comportamiento empresario, evolucionando y ampliándose, a lo largo del siglo XX, al contemplar, primero, los derechos sociales, luego, los derechos difusos y finalmente, la problemática de la corrupción.

En este sentido, en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca se debe considerar una administración que considere las condiciones sociales donde se conozca las necesidades de la sociedad y se pueda tener un comportamiento responsable con la población chotana.

Spinola, (2013) manifiesta que investigadores de la Universidad Nacional de La Plata trabajaron en un proyecto para optimizar la

competitividad empresarial de la ciudad y localidades de Argentina; donde mediante el estudio los especialistas evaluaron la eficacia de la economía para emplear sus recursos, con el objetivo de detectar oportunidades y debilidades de productividad para la adopción de políticas, programas y proyectos.

Se puede decir que en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca debe realizar estudios acerca del uso de recursos en Chota, con el fin de implementar políticas que favorezcan tanto a la empresa como a la comunidad.

Nivel nacional

Marquina, (2012) menciona que si bien la Responsabilidad Social Empresarial ha venido ganando relevancia a nivel internacional, en el Perú, no existían estudios empíricos que permitiesen conocer su impacto en el consumidor, por lo cual a través de su investigación buscó determinar la influencia que la RSE tiene en el comportamiento de compra de los peruanos, a nivel Lima, donde los resultados del estudio indicaron que el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en su conjunto es superior al de las Competencias Corporativas.

En este caso se puede decir que la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca, debe realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial, ya que al tener un comportamiento ético sería más apreciado por los consumidores actuales y potenciales, y por ende influiría en las ventas de la empresa.

Rodríguez, (2012) jefe del área de Fomento de la Competencia e Innovación del Indecopi, las pequeñas y medianas empresas (pymes), todavía no le dan el debido valor al uso de estrategias comerciales. Afirma que pierden la oportunidad de contar con mayores clientes para mejorar sus ventas, pues si a un comprador le gusta un producto, pero

no sabe de dónde viene, no puede volver a adquirirlo y es donde la ventaja competitiva tiene gran importancia para el desarrollo de la empresa y su permanencia en el mercado.

Es importante mencionar que en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca las estrategias comerciales deben ser muy importantes en el sentido de que estén orientadas a lograr ventajas competitivas en la empresa para lograr la preferencia de los clientes y asegurar su permanencia en el mercado.

Mejía, (2013) menciona que la RSE en las empresas peruanas debe ser compartida por todos los trabajadores de la misma en la medida que le corresponda, teniendo en cuenta que los contadores como los profesionales y gestores de los sistemas de información empresarial están obligados a cubrir mediante la contabilidad social los nuevos objetivos y funciones con el fin de dar a conocer cómo está actuando la empresa o ente económico en relación con el entorno socioeconómico y natural.

En este caso se puede decir que la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca tiene que ser transmitida a través de un eficiente programa de comunicación interna, de esta manera se logrará un mejor compromiso por parte de los trabajadores.

López, (2014) manifiesta que el incremento en la complejidad del entorno y el rápido cambio social, tecnológico y competitivo ha conducido a las empresas de todos los sectores de la economía a crear algún patrón que vincule sus principales objetivos con sus ventajas competitivas, con el fin de garantizar que se cumplan las metas; las estrategias son ese patrón o plan; estas entonces, son de gran utilidad dentro de las organizaciones porque ayudan a establecer la secuencia

de las acciones y canalizan los recursos para ejecutarlas y lograr ser competitivo en el mercado.

En este caso la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca debe tomar en cuenta que el uso de tecnología viene a ser un factor importante en la competitividad de la empresa de tal forma que pueda ser más competitivo en el mercado de Chota con clientes locales y nacionales.

Nivel local

En el contexto local citaremos a la empresa “trucha Dorada” S.R.L ubicada en la provincia de Chota departamento de Cajamarca, cuya actividad está enfocada a la crianza de truchas y la elaboración de enlatados de esta misma especie, la empresa en sus inicios solo estaba enfocada a la crianza de truchas y su venta directa en el mercado de abastos de la ciudad, en el 2010 el dueño el señor Víctor Saucedo Rimarachín, como todo emprendedor vio la oportunidad que le ofrecía el mercado de seguir creciendo como empresa ,es por eso que decidió.

Asesorarse por la Dirección Regional de la Producción, en el marco del proyecto de inversión: “Autorización de instalación de una planta de enlatado de trucha de 250 cajas/turno”, ubicada en la en la provincia de Chota.”. Con esta autorización se dio luz verde para la instalación de la Primera Planta de Enlatado de Trucha en la región Cajamarca, otorgándole un valor agregado a uno de los productos bandera de la región. Es necesario destacar que esta planta de procesamiento, acopiará trucha fresca, proveniente de los centros de crianza de Bambamarca, Cutervo y Chota. Cabe recalcar que la región Cajamarca se ubica en el cuarto puesto a nivel nacional en la producción de trucha, permitiendo generar nuevas fuentes de trabajo y brindar un producto de alto valor nutricional y agradable.

En la empresa Trucha Dorada de Chota – Cajamarca es necesario conocer las necesidades que tiene y debe tener con los trabajadores y con la sociedad ya que la administración moderna exige una gestión ética de las empresas, es decir que sean empresas socialmente responsables; de esta manera sería posible lograr tener ventajas competitivas que la diferencien de la competencia. Por lo tanto, establece una investigación orientada a analizar la RSE y competitividad de la empresa Trucha Dorada.

1.2. Formulación del Problema

¿Cuál es la relación de la responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en “Trucha Dorada” S.R.L- Chota, Cajamarca?

1.3. Delimitación de la Investigación

La investigación se ha realizado en el departamento de Cajamarca, provincia de Chota, distrito de Chota, empresa "Trucha Dorada" S.R.L

El periodo de investigación ha sido durante el 2015, desde Abril hasta Diciembre

1.4. Justificación e Importancia de la Investigación

Desde el punto de vista teórico la investigación ayudó al conocimiento de Responsabilidad Social empresarial y cómo esta se relaciona con la competitividad de la empresa “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca, ya que se conoce de la amplitud del área temática en la cual se desarrolla la investigación de acuerdo a las teorías de Villa (2010) sobre responsabilidad social y de Porter (2008) sobre la competitividad, el cual se fundamenta en conceptos, definiciones y teorías de distintos autores que fundamentan la

investigación, que sin lugar a dudas compone un universo de continuo desarrollo.

También tienen justificación metodológica puesto que la investigación analizó el escenario, tanto interno como externo, en la empresa “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca con el fin de conocer el comportamiento de cada variable de tal forma que se generara un estudio de referencia para otras investigaciones

Además, tiene justificación social porque la información obtenida en la investigación ha servido para favorecer tanto a los trabajadores al formar parte de una empresa que es más competitiva en el mercado, como a los clientes al tener en su localidad a una empresa con responsabilidad social.

La investigación es importante porque con los resultados del estudio se proporcionó los datos necesarios para tomar acciones correctivas y de esta manera se va a plantear estrategias que va a favorecer a la empresa, trabajadores y a la comunidad, por lo tanto se mejorará la satisfacción del trabajador y por ende cubrir las expectativas de los grupos de interés.

1.5. Limitaciones de la Investigación

En la presente investigación se presentaron las siguientes dificultades:

Se tuvo dificultades para localizar estudios relacionados con las variables investigadas y el sector de la empresa.

Falta de acceso a la información de ventas, por lo que no se puede realizar una proyección de las ventas para determinar el retorno de la inversión de las estrategias de responsabilidad social empresarial.

1.6. Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L -Chota, Cajamarca.
2. Diagnosticar la competitividad de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca.
3. Elaborar una propuesta de responsabilidad social empresarial para la empresa "Trucha Dorada" S.R.L.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de Estudios

A nivel internacional

En México Cano, (2011) realizó una investigación sobre la Percepción de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial en los Ejecutivos de Monterrey, donde tuvo como objetivo conocer la percepción que tienen los administradores de las grandes empresas regiomontanas sobre la importancia de la ética y la responsabilidad social empresarial. La problemática se centró en la importancia sobre la responsabilidad social empresarial que ha ido en aumento progresivo a nivel mundial sobre todo en el siglo XXI. Los resultados muestran que los administradores concuerdan con respecto a la valoración y al significado de la ética empresarial y su relación con la responsabilidad social empresarial, la ética empresarial es concebida como el deber ser y su aplicación a través del código de valores y los procedimientos de operación de la empresa. Se concluye que la percepción de las motivaciones de la responsabilidad social empresarial no se encuentran aisladas sino que están interconectadas entre sí, el logro de uno de los objetivos motivacionales conduce al logro de los demás, por ejemplo, la obtención de la imagen conlleva a la participación del mercado la cual produce la rentabilidad.

La situación planteada por Cano, (2011) se relaciona a la situación de “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca, ya que es necesario que en la empresa se implemente códigos de ética que favorezca la imagen corporativa y la haga más competitiva.

En España Godos, (2012) realizó una investigación sobre La percepción de la Responsabilidad Social de la Empresa por Parte de la Alta Dirección, donde se tuvo como objetivo analizar la percepción de la

Responsabilidad Social Empresarial por parte de la alta dirección en organizaciones de España. La investigación hizo un análisis del papel fundamental que juegan los altos directivos y sus percepciones como determinantes del comportamiento de la empresa para la implementación de prácticas de responsabilidad social. Los resultados muestran a los grupos de directivos: donde la importancia que conceden a la responsabilidad social por considerar al esencial por contribuir a la eficiencia y rentabilidad de empresa y la subordinación que estuvieran dispuestos a realizar de estas cuestiones, ante la posibilidad de perjudicar los resultados de la compañía e intereses de los propietario; aunque las dos categorías tienen diferencias significativas como tamaño, edad de la compañía, la actividad donde operan, la industria y servicios. Se concluye que los directivos que se han analizado, en los dos grupos obtenidos la importancia concedida a la responsabilidad social en la actividad empresarial y su potencial de beneficios superan a la subordinación de la misma frente a otros aspectos organizativos y a su consideración como una limitación para la compañía, además la positiva valoración que hicieron los directivos pone de relieve la creciente presencia de la cuestiones sociales en el pensamiento empresarial.

En este caso, se puede decir que los propietarios de la empresa “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca, deben comprender la importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial con el fin de lograr beneficios para la sociedad y los trabajadores de la empresa.

En México Zúñiga, (2014) realizó una investigación sobre la Responsabilidad Social y la Percepción del consumidor desde la dimensión económica, donde el objetivo determinar cuál es la percepción del consumidor mexicano con respecto a las acciones de

responsabilidad social empresarial de acuerdo a las dimensiones económica y filantrópica. La problemática describe que existe un auge por la preocupación del medio ambiente y desarrollo social, es por ello que diversas empresas han desarrollado estrategias para intentar convencer a la sociedad de su postura económico-social y ambiental. Los resultados muestran que los consumidores tienen un conocimiento escaso respecto a las empresas que se denominan o que tienen prácticas socialmente responsables, pero que se inclinan a comprar en las empresas socialmente responsables además están de acuerdo que existe otros factores dentro de la empresa que se vuelven más exigentes al momento de actuar de forma responsable. Se concluye que toda organización que pretenda consolidarse como empresa socialmente responsable debe considerar la filantropía y que las empresas se involucren en actos de carácter social, en beneficio de la comunidad en la que se desarrollan y además colaborar en acciones que vayan más allá de solo generar beneficios y utilidades.

En este caso se dice que en la empresa “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca es necesario realizar estudios para conocer la percepción de la comunidad chotana con el fin de conocer su percepción respecto a la responsabilidad social de la empresa en función a su dimensión interna y externa.

En Valencia Caresani, (2010) realizó un estudio sobre Modelos de Conductas Tecnológicas y su Impacto en la Competitividad Empresarial. el Caso de las Pymes Industriales Argentinas, donde tuvo como objetivo analizar las conductas de las PYMES innovadoras argentinas y desarrollar un modelo que relacione actividades innovadoras y desempeño competitivo, así como permita analizar el rol de los factores moderadores en esta relación. En la problemática se describe que las PyMES Industriales de la Argentina han logrado un protagonismo único

basado principalmente en el importante crecimiento que observaron y en los procesos de inversión que iniciaron. Sin embargo, prevalecen rasgos que diseñan un sector con considerable heterogeneidad y se pueden distinguir desempeños microeconómicos disímiles. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que las firmas que muestran conductas innovadoras, tanto en la generación de conocimiento interno como externo, son las que presentan mejor performance competitiva. Se concluye que aquellos esfuerzos innovativos tendientes a generar aumento de capacidades endógenas de las firmas, las posicionan mejor frente a sus competidores debido a la mayor apropiación de los conocimientos que se presentan en esta oportunidad, difícilmente imitables por los competidores.

Nivel nacional

En Lima Castillo, (2010) realizó una investigación sobre el Análisis de la Responsabilidad Social Ejercida por el Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita, donde tuvo como objetivo contribuir a mejorar la gestión social del centro de entrenamiento pesquero de Paita a través de la evaluación de sus políticas y prácticas relacionadas con los grupos interactuantes. Problemática describe que los actores del entorno en general, están orientando cada vez más su atención en comportamiento medioambiental y social de las organizaciones, y se ha convertido en un activo de la reputación organizacional frente a los grupos de interés presente. Los resultados mostraron que la institución no cuenta con información actualizada de la población objetivo, debido a la escasez de diagnósticos de necesidades y la ausencia de evaluaciones de impacto de las actividades académicas. Se concluye que a pesar que se evidencia la práctica de comportamientos organizacionales éticos y responsables, no existe un adecuado nivel de integración de la Responsabilidad Social en los procesos internos y externos, además se

carece de estrategias de comunicación interna y la comunicación externa obedece a criterios éticos, existen deficiencias en términos de accesibilidad para los stakeholders.

Sobre este caso se puede decir que tiene relación con la situación de la empresa “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca, ya que es necesario evaluar si se están realizando acciones de Responsabilidad Social Empresarial respecto a su comportamiento con el medio ambiente y la sociedad chotana.

En Lima Narcido, (2011) realizó un estudio titulado De la micro competitividad a la competitividad nacional, donde se describe que entrados ya en pleno siglo XXI, vivimos aún una creciente globalización en el planeta, fenómeno que intensifica cada vez más la competencia en general, originando que un número considerable de países emergentes ingrese al mercado mundial como productores y exportadores de bienes manufacturados y servicios. Además que este suceso trae consigo una notable tendencia a que el ciclo de vida de los productos y/o servicios sea cada vez más corto y conlleva a un constante interés por parte de las empresas de que sus bienes y servicios que ofrecen muestren la mayor innovación en el mercado. Los resultados indicaron que el Perú en el último lustro ha experimentado un crecimiento promedio de 7 % anual, uno de los más altos de la región. Sin embargo este crecimiento no ha logrado disminuir las desigualdades, y los niveles de productividad del tejido empresarial son cada vez más pobres en comparación con los países más desarrollados. Concluye que en ese contexto la única manera de lograr mayores niveles de competitividad nacional es a través de elevar la competitividad de las empresas que conforman nuestro desarticulado tejido empresarial, por lo que es importante reflexionar sobre los determinantes de la competitividad para el grueso de las empresas, que viene a ser en este país: las micro y pequeñas empresas.

En Trujillo Cárdenas, (2014) realizó una investigación sobre La influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el Comportamiento del Consumidor de Compra de los Consumidores en el Distrito de Trujillo, donde tuvo como objetivo determinar y valorar si las acciones de responsabilidad social empresarial de las empresas trujillanas influyen en el comportamiento de compra. La problemática describe que para mejorar el desarrollo del país hay diversas necesidades y que las empresas tengan un desempeño socialmente responsable y aun no se tiene claro cómo y cuánto valoran los consumidores a las empresas socialmente responsables. Los resultados mostraron que la investigación brinda evidencia empírica de la relación positiva pero existente entre responsabilidad social empresarial y comportamiento de compra. Se concluye que existe relación entre la responsabilidad social empresarial y la decisión de compra es positiva pero poco significativa respecto a los factores de responsabilidad social empresarial.

En cuanto a responsabilidad social empresarial en la empresa “Trucha Dorada” S.R.L de la ciudad de Chota – Cajamarca se puede decir que es necesario en el sentido de que tiene influencia en el comportamiento de compra de los consumidores, para ello se debe realizar estudios para determinar en qué forma se relaciona cada variable para logra hacer más competitiva a la empresa.

Nivel local.

Peña y Álvarez, (2010) realizaron una investigación sobre Política Gerencial Basada en las Teorías de Rivas Sóanes Para Mejorar la Responsabilidad Social Empresarial en Agroindustrial Pomalca S.A., donde se tuvo como objetivo diseñar y elaborar políticas gerenciales basadas en las teorías de Rivas y Sóanes con la finalidad de mejorar la RSE Agroindustrial Pomalca S.A, la problemática describe que hoy en

día la administración moderna tiene como pilares para el éxito organizacional la satisfacción tanto de cliente como del talento humano es por ello que los autores se plantearon como problema ¿de qué manera una política gerencial en las teorías de Rivas y Sóanes mejorará la RSE Agroindustrial Pomalca S.A. Los resultados muestran que los miembros del directorio no tienen una idea clara y precisa de lo que corresponde al tema de responsabilidad social empresarial ya no es solo el cuidado del medio ambiente sino yo el apoyo a la población, y los lineamientos no están claros ya recién está implementando para tener la responsabilidad empresarial como un tema de interés. Se concluye que de acuerdo al diagnóstico realizado en la empresa en estudio la responsabilidad social es un área emergente, con entornos incipientes emergentes y no consolidados que aun deberán ir mejorando, en la cual hay una preocupación por cuerpo gerencial en desarrollar políticas de RSE, también debe de capacitarse a los miembros de la empresa para que ejecuten buenas prácticas de responsabilidad social empresarial con la finalidad de a las políticas que abarcan temas responsables para la empresa.

Melendrez y Sánchez, (2015) realizaron un estudio sobre la Percepción de la Población Tumanéna como Factor de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Agroindustrial Tumán S.A.A., donde se tuvo como objetivo principal analizar la percepción de la población tumanéna respecto a la responsabilidad social de la empresa Agroindustrial Tumán S.A.A. El diagnóstico de la empresa Agroindustrial Tumán indica que no cuenta con un área de responsabilidad social, puesto que carece de acciones que reflejen su preocupación por sus trabajadores y la población tumanéna en general pese a que es un factor importante de una empresa de la que depende toda una comunidad. Los resultados de la investigación indican que la responsabilidad social en la comunidad local de la empresa

Agroindustrial Tumán brinda apoyo en las actividades deportivas (54%) y culturales (47%); sin embargo, en lo que respecta a las ofertas laborales para profesionales egresados de la comunidad no es buena (53%) y los sueldos son bajos (71%), también se ve la falta de apoyo laboral a profesionales egresados de la localidad (74%), resaltando que cuando la empresa necesita mano de obra se toma poco en cuenta a los pobladores de la zona (74%). Se concluye que la responsabilidad social en cuanto a los derechos humanos por parte de la empresa Agroindustrial Tumán es deficiente ya que no se realiza audiencias con la población para conocer sus necesidades más indispensables y puedan apoyarlos (98%).

2.2. Estado del arte

Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial		
Año	Autor	Concepto
2000	Boatright	La responsabilidad social tiene que ver con las consecuencias de la actividad empresarial y afirma que la responsabilidad social envuelve a selección de metas corporativas y la evaluación de resultados no solamente por el criterio de ganancias y bienestar organizacional, sino por los estándares éticos o juicios de deseo social.
2001	Comisión de las Comunidades Europeas	Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.
2004	Fisher	Una corporación es descrita como un ser socialmente responsable, cuando cumple con sus obligaciones legales, y al mismo la organización también cumple con sus obligaciones sociales.

2005	The World Business Council for Sustainable Development	La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.
2007	Abreu	El concepto de RSE se corresponde con una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente y la vigencia de instituciones políticas democráticas y garantes de las libertades y los derechos de las personas.
2014	Fernández	En la actualidad, la inserción de la Responsabilidad Social en la gestión empresarial es un desafío que impone una apertura en la mente y criterio de los directivos en su planeación estratégica; la importancia de ello reside en que es una nueva forma de gestión: el mundo ha cambiado, por lo tanto, la forma de hacer negocios también.

Evolución del concepto de competitividad		
Año	Autor	Concepto
1980	European Management Fórum	La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado.

1990	Haguenauer	La competitividad es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo.
1993	Pineiro	La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis nación, sector, firma, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera.
1994	Urrutia	La competitividad es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales.
1995	Ten	Explica que la competitividad comercial es la capacidad de un país para competir eficazmente con la oferta extranjera de bienes y servicios en los mercados doméstico y extranjero.
1996	Invancevich	Uno de los resultados de la economía global es el cambio en la estructura competitiva dentro de las industrias. Las empresas ya no se limitan a competir en el plano local, regional e incluso nacional; hoy compiten a nivel mundial. Cualquier producto, sea cual sea el lugar donde haya sido fabricado, hade competir con productos semejantes hechos en cualquier otra parte. Seguir siendo competitivo en este medio ambiente es uno de los

		mayores desafíos a los que un gestor ha de hacer frente.
1997	Alic	La competitividad significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países.
2006	Porter	Las innovaciones tecnológicas pueden tener importantes consecuencias estratégicas para las empresas y pueden influir notablemente en sectores económicos completos. Sin embargo, no todo cambio tecnológico resulta estratégicamente beneficioso.
2014	Hernández	El buen gobierno corporativo de las empresas no sólo evita casos de corrupción, también mejora la competitividad empresarial. Un mal gobierno corporativo puede llevar a los directivos a tomar decisiones contrarias al interés de los inversores y de los restantes grupos de partícipes en las empresas. Decisiones cortoplacistas, que van en su propio interés y en detrimento de mantener y mejorar los factores intangibles determinantes de la competitividad. Por ello se debe tender hacia un gobierno socialmente responsable con más control por parte de los stakeholders.

2.3. Base teórica científicas

2.3.1. Responsabilidad social

Martínez, (2010) menciona la responsabilidad social empresarial debe ser parte fundamental en la empresa y por eso debe figurar en la formulación de su visión, de su misión y de los valores que defiende; por

eso debe ser considerada en la estrategia de la empresa, es un elemento estratégico que ayuda a diferenciarse de las otras empresas para ser más competitivo. Además el autor manifiesta que la responsabilidad social empresarial exige a las empresas a actuar con sensibilidad ante las prioridades de la sociedad y se debe crear valor social y medioambiental.

Martínez, (2010) menciona que la responsabilidad social empresarial es la capacidad ética de las empresas y de sus líderes para responder a los desafíos de la nueva sociedad globalizada del conocimiento, que muestra un gran desequilibrio económico social y que está amenazada por el calentamiento global de la tierra. Por lo tanto, la Responsabilidad Social no es una ideología ni una moda empresarial.

Para Villa, (2010) el término responsabilidad social de las empresas (RSE) o responsabilidad empresarial, significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa. En otras palabras, satisfacer la demanda de los clientes y gestionar, al mismo tiempo, las expectativas de otras partes interesadas: los trabajadores, proveedores y la comunidad de su entorno. Contribuir de forma positiva a la sociedad gestionando el impacto medioambiental de la empresa. La RSE puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa.

2.3.1.1. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Las Empresas Socialmente Responsables tienen una amplia variedad de acciones en materia de RSE, dentro del marco de los tres grandes campos que la teoría del desarrollo sostenible ha elaborado el

"Esquema de la Responsabilidad Social Empresarial" que contempla los siguientes aspectos:

Entorno Social

Dentro del entorno social, el primer campo en el que puede influir la de RSE, es en el ámbito laboral, en donde la empresa debe contemplar el bienestar y satisfacción de sus empleados; procurar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres; ofrecer un marco de flexibilidad laboral; brindar condiciones que no afecten la salud y seguridad de los trabajadores; fomentar la formación y el desarrollo profesional; otorgar programas de apoyo con prestaciones y considerar procesos de consulta y participación de todo el personal involucrado en el desarrollo de la empresa.

Con respecto a la comunidad en la que la empresa se encuentra localizada; el desempeño de la responsabilidad social trata de responder a las necesidades que la comunidad demanda con programas de buena vecindad, apoyo a la educación local, voluntariado y donaciones.

Entorno Económico

El entorno económico se refiere al mercado al que la empresa dirige sus acciones, esto es, el marco general en el que desarrolla su actividad. Las acciones de Responsabilidad Social deberán tener en cuenta los derechos de los consumidores, establecer precios justos, otorgar información transparente de su actividad, y la implicación responsable de sus proveedores.

Entorno Medioambiental

La empresa puede influir en el cuidado del medio ambiente, con responsabilidad social sí va más allá del cumplimiento de la legislación vigente, además, debe tener presente aspectos relativos a la gestión de

residuos, a las características de los envases y embalajes, al reciclaje de todos sus desechos, al transporte de mercancías y al consumo responsable de energía.

2.3.1.2. Compromiso ético y social del empresario

Para Martínez, (2010) el compromiso ético que debe tener el empresario se refiere a un conjunto de principios, valores, patrones, prohibiciones e ideales de vida buena que conforman un sistema, propio de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico, y se refleja en una particular forma de vida de la mayoría de los miembros de una sociedad.

Martínez, (2010) afirma que la moral se utiliza para referirse al código de conducta que guía los actos de una persona concreta a lo largo de su vida; se trata de las convicciones y pautas de conducta que sirven de base para los juicios morales que cada cual hace sobre sí mismo y sobre los demás, donde los contenidos morales concretos, personalmente asumidos, son una síntesis del patrimonio moral del grupo social al que uno pertenece y a la propia elaboración personal, condicionada a la situación socioeconómica, el temperamento y otras circunstancias.

2.3.1.3. La ética empresarial

Martínez, (2010) menciona que la ética empresarial es un puente hacia el futuro de la empresa vivida como una cultura donde todos los miembros de la misma encuentran un sentido a su vida. Una ética empresarial es un puente entre el hombre y la empresa del futuro. La empresa de la “tercera ola”, de conocimientos, necesita un nuevo hombre más responsable, más capaz de hacer juicios de valor, de tomar decisiones, de trabajar en equipos multidisciplinares y multiétnicos y multinacionales. El problema de la ética empresarial es cómo combinar

eficiencia económica con libertad individual, equidad social y respeto por los valores absolutos.

2.3.1.4. Estrategias de responsabilidad social empresarial

Vives y Peinado, (2012) manifiestan que las estrategias de RSE toman como punto de partida el reconocimiento de las demandas de los diversos grupos de interés y la búsqueda de resultados en lo que se denomina la triple línea básica con respecto al logro de resultados económicos, sociales y medioambientales mediante sistemas de gestión integrales.

Como articular la RSE con la estrategia empresarial: la estrategia será la manera como una organización se relaciona con su entorno y garantiza la supervivencia, su viabilidad y su crecimiento para cumplir con su misión en la sociedad, donde es muy importante la función relacional de la empresa con los grupos de interés como actores claves que condicionan su existencia y su posibilidad de crecimiento.

Las expectativas de los grupos de interés: la diversidad de grupos de interés con los que interactúa la empresa hace necesario aplicar criterios para la priorización de sus demandas, como primer paso será identificar a los principales grupos y determinar el nivel de oportunidades o riesgos que se desprenden de la interacción con cada uno de ellos.

Alineando la RSE con la estrategia de la empresa: una vez recogidas las expectativas y demandas de los agentes sociales, es necesario complementar este listado con algunas otras posibles acciones que provienen de un análisis más amplio, en este sentido para pasar de una actitud de escucha a una autocrítica y propuesta, se puede recurrir a tradicionales herramientas de las teorías de la gestión

estratégica y llevar a cabo un análisis de los aspectos positivos y negativos que se generan de cada actividad de la cadena de valor de la empresa.

Peña, (2012) manifiesta que las empresas sostenibles ponen en el centro de su negocio la aplicación de buenas prácticas de RSE y Sostenibilidad, integrando éstas en su actividad empresarial.

Según Peña, (2012) la aplicación de estas prácticas permite: tener un mayor control de riesgos, identificar nuevas oportunidades de negocio, mejores relaciones con los grupos de interés, mejor reputación, mejor posicionamiento, y a largo plazo, mejor rendimiento económico además de crear un valor para la sociedad y el medio-ambiente. Para los líderes, la sostenibilidad no es un añadido superficial, sino que forma parte integral de todas sus decisiones empresariales.

Peña, (2012) sostiene que una estrategia sólida de sostenibilidad proporciona un marco para la gestión de los asuntos relevantes en temas sociales, ambientales y económicos. En ella se expone la visión, principios y políticas de una organización, y se define su enfoque a la gobernanza, a la participación de los grupos de interés, y a la comunicación.

Peña, (2012) manifiesta que una estrategia de sostenibilidad impulsa entusiasmo, conciencia y alineamiento a todos los niveles de su organización y sobre todo, ayuda a hacer la empresa más responsable y sostenible.

Cueto, (2015) sostiene que la RSE aún no se globaliza ya que todavía es escasa o nula en algunos sectores empresariales, naciones, ciudades y entre otros actores sociales de las comunidades. En muchos lugares es un término desconocido o poco entendido el de responsabilidad social.

Cueto, (2015) manifiesta que las sociedades necesitan más y mejor RSE para ayudar a modificar positivamente la realidad social, económica, política, ambiental y cultural.

Cueto, (2015) indica que hay ciertas estrategias que ayudan a lograr una gestión responsable de calidad para toda clase de organizaciones que beneficie al total de la comunidad.

2.3.1.5. Enfoques de responsabilidad social

Franklin y Krieger, (2011) afirman que la responsabilidad social empresarial puede analizarse e implementarse a partir de cuatro enfoques de responsabilidad:

Responsabilidad económica: tomando en cuenta que las organizaciones constituyen la unidad económica básica de la sociedad, y que su responsabilidad consiste en generar los productos y servicios que ésta requiere, maximizando las utilidades para sus propietarios y accionistas.

Responsabilidad legal: considerando lo que la organización valora como relevante en relación con un comportamiento apropiado dentro del marco legal de actuación.

Responsabilidad ética: contemplando los comportamientos que no necesariamente están enmarcados en la ley o en los intereses económicos de la organización, pero que velan por la justicia, equidad e imparcialidad con las que se trata a las personas.

Responsabilidad discrecional: examinando lo que la organización observa de manera voluntaria con el deseo de hacer aportaciones sociales que no son obligatorias económica, legal o éticamente.

2.3.1.6. La responsabilidad social para los grupos de interés

Para Franklin y Krieger, (2011) la responsabilidad social puede enfocarse desde la perspectiva de los grupos de interés, es decir, grupos internos o externos que influyen en el desempeño de la organización. Cada uno cuenta con una percepción, un criterio y una sensibilidad diferentes, porque tiene distintos intereses en la organización:

Propietarios, accionistas, inversionistas, socios y acreedores; están interesados en la solidez financiera, el uso racional de los recursos, el retorno de la inversión, el cumplimiento de sus expectativas, y la disponibilidad de información oportuna y relevante respecto del desempeño, así como la posición competitiva de la organización.

Clientes, proveedores, distribuidores, competidores, grupos comerciales y gobierno; su interés se centra en la calidad de los productos y servicios, el respeto a la legislación vigente, la administración responsable de las garantías en bienes y servicios, la forma de trabajar y comunicarse, la interacción con competidores potenciales y con organizaciones en su misma u otra industria y sector de actividad.

Empleados y sindicatos: están interesados en la justa remuneración, el reconocimiento del mérito, la potenciación del desarrollo profesional y personal, la gestión de la diversidad como una ventaja competitiva, y la calidad de la vida laboral.

Comunidad; se interesa en la inversión en proyectos sociales, el tratamiento de asuntos ambientales, el apoyo a programas sociales, las acciones emprendidas en materia de derechos humanos, salud y seguridad social, la promoción de la equidad, la inclusión social y la reconstrucción del tejido social.

El diálogo con los grupos de interés, basado en la transparencia en la gestión y en la información, constituye un proceso crítico en la estrategia de responsabilidad corporativa. Es también una forma de consolidar sinergias para fomentar la creación de riqueza y empleo, incrementar la competitividad, estimular relaciones estables y potenciar los canales de comunicación al evaluar los riesgos y las oportunidades asociadas al entorno social. (p. 463)

2.3.1.7. Normatividad de responsabilidad social empresarial ISO 26000

En junio de 2002, el Comité de Consumidores de la International Standards Organization (ISO) se reunió en Trinidad y Tobago con el fin de lanzar la discusión sobre el desarrollo de una ISO sobre Responsabilidad Social Empresarial. La investigación que presidió esta convocatoria encontró que “a pesar de las grandes diferencias existentes entre empresas, sectores y países, hay una fuerte necesidad de hacer aproximaciones a lo que debería ser la responsabilidad social corporativa, las cuales deberían ser flexibles y prácticas para que puedan ser usadas por empresas pequeñas, medianas y grandes, que operan tanto en los países desarrollados como en aquellos en vías de desarrollo”.

Los expertos allí reunidos también acordaron que una amplia gama de sectores ganaría con la creación de un sistema de gestión, de acuerdo a las normas ISO 9000 (calidad de la gestión) e ISO 14000 (gestión ambiental), o un instrumento alternativo de la ISO para la RSE, incluyendo empresarios, consumidores, empleados y trabajadores así como comunidades locales. Es así como se ha iniciado un largo proceso hacia la creación de una ISO sobre RSE.

a) A nivel del Tribunal Constitucional

El Pleno Jurisdiccional N° 0048-2004-PI-TC que precisa “La responsabilidad social se constituye en una conducta exigible a las empresas, de forma ineludible”.

La resolución de nuestro máximo tribunal en materia constitucional entiende que lo social debe verse desde tres aspectos, a saber: como mecanismo para establecer legítimamente algunas restricciones a la actividad de los privados; como una cláusula que permite optimizar al máximo el principio de solidaridad, corrigiendo las posibles deformaciones que pueda producir el mercado de modo casi “natural”; y, como una fórmula de promoción del uso sostenible de los recursos naturales.

Asimismo, el Tribunal Constitucional al resolver el Expediente N° 0008-2003-

AI-TC señaló que “La economía social de mercado debe ser ejercida con responsabilidad social”.

b) Leyes de responsabilidad social

La Responsabilidad Social Empresarial implica un compromiso, normas y ética. Legal porque debe cumplir las leyes y ético porque los límites de esta contribución de las empresas no son de carácter obligatorio, es por eso que del cumplimiento de sus ofrecimientos depende mucho la credibilidad y el prestigio de la misma ante el público receptor de los beneficios incumplidos y ante sus clientes en general si tiene repercusiones mediáticas. Hablamos de una ética de la responsabilidad frente a los diferentes grupos de interés o stakeholders (clientes, empleados, proveedores, propietarios o accionistas y sociedad). Esto se debe a que la empresa diariamente toma decisiones

que afectan de alguna manera los intereses de estos, es por eso que deben ser tomados en cuenta en el preciso momento de la toma de decisiones de forma satisfactoria para todos y de la manera más prudente posible.

La Ley del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en su artículo 5 señala que dicha institución debe promover normas y estándares de responsabilidad social empresarial.

La Ley de Radio y Televisión al hablar sobre los principios para la prestación de los servicios de radiodifusión alude en su artículo II a la responsabilidad social de los medios de comunicación.

La Ley General del Ambiente define a la RSE por cuanto en su artículo 78, que trata sobre la responsabilidad social de la empresa, establece que “El Estado promueve, difunde y facilita la adopción voluntaria de políticas, prácticas y mecanismos de responsabilidad social de la empresa”.

c) Decretos Supremos

El Decreto Supremo N° 013-2003-MINCETUR señala que son funciones de las Gerencias la implementación de buenas prácticas, los códigos de responsabilidad social, de certificación de sistemas de gestión de la calidad, así como el desarrollo de marcas colectivas, sellos de calidad diferenciales relacionados con los productos y servicios de exportación.

El Decreto Supremo N° 006-2003-VIVIENDA105 establece en su numeral 4.6 inciso c) que los constructores, desarrolladores inmobiliarios, entidades financieras, fabricantes y proveedores de materiales deben satisfacer las necesidades y expectativas de la

población en tiempo, precio y márgenes de ganancias razonables que evidencien su responsabilidad social.

El Decreto Supremo N° 207-2004-EF106 señala que el Banco de la Nación en su calidad de empresa estatal necesita establecer políticas de gestión que contemplen la responsabilidad social de la empresa, apoyando la ejecución de proyectos y actividades de proyección social y cultural.

El Decreto Supremo N° 021-2004-ED107, en su artículo 7 precisa que son funciones propias del profesional de relaciones públicas "...la aplicación del concepto de responsabilidad social de las entidades involucradas".

El Decreto Supremo N° 001-2004-RE108, en su artículo 5 indica que en todos los sectores se prestará especial atención a los aspectos de responsabilidad social corporativa.

El Decreto Supremo N° 061-2005-PCM109 El Anexo del Decreto Supremo N° 059-2005-EM determina que el Estado debe generar una legislación que promueva la responsabilidad social de los empleadores.

En el numeral 4.2. Señala que los bonos de Responsabilidad Social Ambiental son un instrumento de financiamiento para la remediación ambiental de las áreas impactadas por los pasivos ambientales mineros. Tiene carácter de no reembolsable y sin intereses.

El Decreto Supremo N° 017-2005-JUS111 al normar sobre los Derechos Laborales en su numeral 3.2.4) literal a) indica que se debe promover y premiar buenas prácticas de responsabilidad social empresarial que conlleven a mejoras sustanciales en las condiciones de trabajo y de vida de los sectores laborales; el uso racional de los recursos naturales y el desarrollo sostenible; la transparencia en el manejo de la

información y en la oferta de servicios y bienes de calidad y la responsabilidad fiscal de las empresas y el compromiso de éstas con el desarrollo.

2.3.1.8. ISO 14001

La certificación ISO 14001 tiene el propósito de apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier organización del sector público o privado. Fue creada por la Organización Internacional para Normalización (International Organization for Standardization - ISO), una red internacional de institutos de normas nacionales que trabajan en alianza con los gobiernos, la industria y representantes de los consumidores. Además de ISO 14001, existen otras normas ISO que se pueden utilizar como herramientas para proteger el ambiente, sin embargo, para obtener la certificación de protección al medio ambiente sólo se puede utilizar la norma ISO 14001. El grupo de normas ISO, que contiene diversas reglas internacionales que han sido uniformizadas y son voluntarias, se aplica ampliamente en todos los sectores de la industria. (Instituto de la Calidad PUCP, 2012)

Principales requisitos

La norma ISO 14001 exige a la empresa crear un plan de manejo ambiental que incluya: objetivos y metas ambientales, políticas y procedimientos para lograr esas metas, responsabilidades definidas, actividades de capacitación del personal, documentación y un sistema para controlar cualquier cambio y avance realizado. La norma ISO 14001 describe el proceso que debe seguir la empresa y le exige respetar las leyes ambientales nacionales. Sin embargo, no establece metas de desempeño específicas de productividad. (Instituto de la Calidad PUCP, 2012)

Forma de obtener la certificación

La certificación ISO 14001 la otorgan agencias certificadoras gubernamentales o privadas, bajo su propia responsabilidad. Los servicios de certificación para el programa ISO 14001 son proveídos por agencias certificadoras acreditadas en otros países, ya que todavía no existen autoridades nacionales de acreditación en Centroamérica. Muchas veces, los productores le pagan a un consultor para que les ayude en el proceso de preparar y poner en práctica el plan de protección ambiental y después, el productor paga el costo de la certificación a la agencia certificadora. ISO 14001 certifica la finca o la planta de producción, no el producto. (Instituto de la Calidad PUCP, 2012)

2.3.1.9. ISO 9901

Según Gutiérrez, (2010) desarrollar un SGC que cumpla los requisitos de la norma ISO-9001 implica un esfuerzo considerable, pero a cambio de ello se tiene una serie de beneficios potenciales. Algunos de ellos son un mayor enfoque hacia el cliente, una identificación de los procesos principales en los que se divide el sistema, una filosofía más de mejora y prevención que de detección, un sistema de acciones preventivas y correctivas para mejorar los resultados, una comunicación consistente dentro del proceso y entre usuarios, proveedores y clientes, un registro completo y un eficiente control de los documentos del sistema de gestión, una mayor facilidad de acceso a mercados y ventajas competitivas respecto a otras organizaciones que no tengan certificado su sistema de calidad.

Objetivo y campo de acción

Todos los requisitos de esta Norma Internacional son genéricos y se pretende que sean aplicables a todas las organizaciones sin importar su tipo, tamaño y producto suministrado. Cuando uno o varios requisitos

de esta Norma Internacional no se puedan aplicar debido a la naturaleza de la organización y de su producto, pueden considerarse para su exclusión. Cuando se realicen exclusiones, no se podrá alegar conformidad con esta Norma Internacional a menos que dichas exclusiones queden restringidas a los requisitos expresados en el capítulo 7 y que tales exclusiones no afecten la capacidad o responsabilidad de la organización para proporcionar productos que cumplan con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.

Referencias normativas

La norma ISO-9000:2005: Sistemas de gestión de calidad. Fundamentos y vocabulario, es un documento de referencia indispensable para la aplicación de la norma ISO-9001.

Términos y definiciones

En este capítulo se informa que para el propósito del documento de la norma son aplicables los términos y definiciones dados en la norma ISO-9000. Además se puntualiza que cuando se utilice el término producto, éste puede significar también servicio.

Sistemas de gestión de calidad

La norma establece que la documentación del SGC debe incluir la política de la calidad y los objetivos de la calidad, un manual de la calidad, los procedimientos documentados y los registros requeridos por la propia norma, así como los documentos, incluidos los registros que la organización determina necesarios para asegurar la eficacia de la planificación, la operación y el control de sus procesos.

En notas aclaratorias la norma señala que el término procedimiento documentado significa que el procedimiento sea

establecido, documentado, implementado y mantenido, y que la extensión de la documentación del SGC puede diferir de una organización a otra debido a sus características y complejidad. Además de que la documentación puede estar en cualquier formato o tipo de medio.

Responsabilidad de la dirección

Todos los requisitos de la norma son importantes, pero éste es decisivo, ya que en él se reflejan varios de los principios de la gestión de la calidad, y qué parte de la eficiencia y utilidad del SGC radicará en el grado en el que la dirección cumpla con sus responsabilidades para con el SGC. El liderazgo, el compromiso y la participación activa de la alta dirección son esenciales para desarrollar y mantener un SGC eficaz y eficiente.

Gestión de recursos

En la gestión de recursos se debe tener en cuenta la provisión de recursos, recursos humanos, infraestructura, ambiente de trabajo.

Realización del producto

La norma plantea una serie de requisitos que el SGC debe cumplir en cuanto a la realización del producto (servicio), que va desde la planificación, el diseño y el desarrollo del producto, los requisitos de las compras, hasta la creación propiamente dicha del producto.

Medición análisis y mejora

La norma se presenta un conjunto de requisitos del SGC relacionados con las mediciones, su análisis y las acciones necesarias para la mejora. La organización debe aplicar métodos apropiados para el seguimiento y, cuando sea aplicable, la medición de los procesos del

sistema de gestión de la calidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados. Cuando no se alcancen los resultados planificados, deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente.

2.3.2. Competitividad

Uribe (2010) afirma que la competitividad es un reconocimiento de los clientes de la empresa que la ven, que la prefieren frente a otras opciones similares del mercado, cuando el cliente le compra a la empresa está maximizando su bienestar y obteniendo valor agregado, lo cual le confiere la calidad competitiva a la organización.

Pérez,(2008) define a la competitividad como la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan, entendiéndose por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos”.

Camisón, y Dalmau, (2009) definen a la competitividad como es la capacidad de un agente para ganar partes en relación con otros agentes y, asimismo la capacidad de mercado en un mercado de expansión. (p. 366)

Según Porter (2008) la competitividad como la capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, creando valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores con gran éxito. Una organización logra la competitividad estratégica cuando formula e implanta con éxito una estrategia que le permite

obtener un retorno superior sobre el capital invertido, incrementando de esta manera su valor.

Porter (2008) describe la competitividad como la capacidad de una empresa para disponer de algunos atributos que le permiten una eficiencia superior y le otorgan cierto tipo de ventaja comparativa sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de valor. Estas dimensiones se describen a continuación:

Eficiencia. Es la relación existente entre los resultados que obtenemos y el nivel de inversión para obtenerlos.

Ventaja comparativa. Son aquellas que permiten conocer y explotar las actividades donde la empresa tiene un rendimiento superior al de sus competidores en el aspecto de costos.

Valor. Es el valor extra o plus que se otorga a un producto y que lo hace diferente a los demás.

2.3.2.1. Competitividad empresarial

De acuerdo a Uribe, (2010) la competitividad empresarial es una consecuencia natural del continuo cambio y aprendizaje, orientado a conseguir el reconocimiento del mercado como una organización excelente, donde la empresa tiene la capacidad para dominar su mercado, obtener utilidades y generar valor, y satisfacer a sus clientes.

Dominar su mercado: exige una posición de liderazgo y permanente ejercicio de la innovación y la productividad; están en permanente cambio de tal forma que asumen una posición proactiva ya que cambian antes del entorno.

Utilidades y generar valor: el dominio del mercado debe de reflejarse en la rentabilidad de tal forma que la empresa genere

utilidades; pero lo que hace una empresa competitiva es su capacidad para generar valor agregado a todas las partes interesadas clientes, proveedores, colaboradores, comunidad.

Satisfacer a sus clientes: las dos capacidades anteriores deben estar orientadas a satisfacer a los clientes quienes son los que reconocen la competitividad de la empresa; pero ya no basta satisfacer sus necesidades sino colmar sus expectativas, sorprenderlo, ir más allá de lo que espera.

2.3.2.2. Diagnóstico de la competitividad organizacional

Para Uribe, (2010) la competitividad de una empresa se puede medir a través del diagnóstico de competitividad organizacional que es una herramienta de aplicación empresarial que puede ser complementadas con otras para lograr un diagnóstico integral.

Uribe, (2010) clasifica en cuatro etapas la evolución y madurez competitiva:

Control de la calidad convencional: se requiere definir explícita y formalmente los objetivos, política, misión, valores y procedimientos tales que se puedan tomar decisiones y llevar a cabo actividades en todas las áreas y todos los niveles de mando, que se orienten a lograr una calidad efectiva.

Normalización: es importante que la organización consolide su estatus de estabilidad y confiabilidad para asegurar el cumplimiento de compromisos en el mercado, exploren nuevos sistemas, procesos, productos o servicios con acciones de mejoramiento de la calidad.

Mejora: la cultura de trabajo en equipo en las áreas y niveles se caracteriza por el cuestionamiento constante de objetivos, acciones y

actividades, de manera que su organización refleja un espíritu de desarrollo integral tanto de su persona como de sí misma, hay una clara tendencia de crecimiento, que se observe en la satisfacción de los clientes.

Excelencia: la organización se encuentra en un excelente nivel de competitividad en lo que se refiere a calidad de sus productos y servicios si se anticipa a cualquier cambio, su velocidad de respuesta y su postura de liderazgo le han dado un lugar importante dentro de su mercado.

2.3.2.3. Factores que determinan la competitividad empresarial

Camisón, y Dalmau, (2009) afirman que todas las empresas buscan denodadamente los factores que determinen su competitividad futura y, al hacerlo pueden mirar en dos direcciones: hacia adentro, buscando que cuestiones de las que se distinguen de sus rivales pueden aprovechar para sacarle alguna ventaja en alguno de los mercados en lo que concurren o pueden concurrir, o bien, mirar hacia afuera buscando qué mercados tienen características aprovechables por la empresa, dadas las competencias que está ya posee o puede desarrollar, para basar su éxito competitivo. (p.368)

Camisón, y Dalmau, (2009) mencionan que es necesario los siguientes factores para determinar la competitividad empresarial:

Las ventajas derivadas de las imperfecciones del mercado: es una típica manera de encontrar fuentes externas de ventaja competitiva radica en explorar las imperfecciones de mercado, pero la teoría economía neoclásica advierte de que un mercado de competencia perfecta no es posible a largo plazo, obtener beneficios económicos extraordinarios, es decir, que los precios a la larga se ajustan a aumentar

las presentaciones del producto o servicios o disminuir su coste de producción, solo se podrá construir una ventaja competitiva si los competidores no tienen acceso a la información necesaria para implantarla; pero puede ser imitada y dejaría de ser una ventaja competitiva.

Las ventajas competitivas asociadas al tamaño: es una de las más apreciadas a la necesidad de un elevado volumen de producción, se provoca una situación de oligopolio en la competencia. En este caso se puede desarrollar economías de escala si la tecnología del proceso productivo permite reducir significativamente los costes de las operaciones.

Las ventajas competitivas intrínsecas al producto o servicio: se manifiesta en lo que le da al producto o servicio su dimensión estratégica en su utilidad o capacidad para satisfacer una necesidad que pueda ser física o psicológica real o imaginada.

Las competencias distintivas como fuentes de ventaja competitiva: las fuentes internas de competitividad está relacionada con la productividad, ya que consiste en conseguir mayor cantidad y valor del producto o servicio con un menor consumo de recursos y por ende menores costes, también se halla en el desarrollo de competencias distintivas basadas en la posesión de activos estratégicos, es decir, recursos y capacidades de especial significación estratégica

Las ventajas competitivas derivadas del diseño: en los mercados de los productos o servicios las empresas pequeñas pueden cobrar ventaja competitiva con pocos directivos que están muy en contacto con los trabajadores y clientes, sin embargo en mercados de productos o servicios muy estandarizados y con tecnologías de punta las

empresas grandes, bien estructuradas y con rígidos controles, suelen ser las que tienen mayor competitividad.

Las ventajas comparativas procedentes del entorno: en este caso la abundancia de determinados recursos que poseen en determinados lugares o que se tienen cantidad normal pero están poco utilizados o se utilizan racionalmente hacen que en unos sitios los precios sean comparativamente menores que otros, proporcionando a las empresas radicas en ellos una ventaja estratégica importante.

2.4. Definición de la terminología

Competitividad. La capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan. (Doner, 2006)

Competitividad empresarial. La competitividad empresarial es la capacidad de una empresa para disponer de algunos atributos que le permiten una eficiencia superior y le otorgan cierto tipo de ventaja comparativa sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de valor. (Doner, 2006)

Código ético de la empresa. Es el conjunto de principios guías, elaborados por la empresa, que explicitan los valores de la organización. Expone los principios éticos que deben tenerse en cuenta en la toma de decisiones y en los aspectos de administración financiera, mercadeo y producción de la empresa. (Stoner, 2008)

Ética Empresarial. Es la aplicación de los valores morales y los principios éticos al ámbito específico de la empresa. (Stoner, 2008)

Ética. Es un saber normativo que pretende orientar de una forma indirecta las acciones de los seres humanos. Se entiende por ética los

valores morales que orientan una vida que valga la pena. Ética es saber vivir con calidad humana. (Stoner, 2008)

Grupos implicados con la empresa (stakeholders). Es afirmar que la empresa en su dirección es responsable no solo con los accionistas, sino también de otros grupos que tienen unos intereses en las acciones y decisiones de dicha organización, como los empleados, proveedores, clientes. (Espinoza, 2010)

Moral. Se refiere a un conjunto de principios, valores, patrones de conducta, prohibiciones e ideales de vida buena que conforman un sistema, propio de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico. (Stoner, 2008)

Responsabilidad. Es responder adecuadamente a las obligaciones y expectativas de la vida. Responsabilidad significa hacer bien y a tiempo lo que sabemos que nos corresponde sin que nadie nos lo ordene asumiendo las consecuencias. (Espinoza, 2010)

Responsabilidad Social Empresarial. Son las acciones innovadoras de una organización, basadas en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la organización. (Espinoza, 2010)

Valor agregado: valor como el monto de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar por el bien o servicio que recibe. (Doner, 2006)

CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO

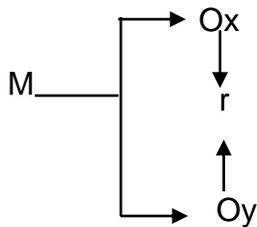
3.1. Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo correlacional, ya que se quiso establecer el grado de correlación entre la variable dependiente, es decir Competitividad, y la variable independiente, es decir Responsabilidad Social Empresarial.

Diseño de la investigación

El diseño de investigación es no experimental transversal, ya que no se realizó la investigación haciendo un seguimiento de largo plazo, sino que se tomó la información una vez en un sólo periodo. El esquema se establece según el tipo de estudio (correlacional):



Donde:

M, es la muestra en estudio.

Ox, es la observación o medición de la variable independiente.

r, es el coeficiente de correlación entre las dos variables.

Oy, es la observación o medición de la variable dependiente.

3.2. Población y muestra:

Población:

La población estuvo conformada por:

Estrato I: Los pobladores de la ciudad de Chota, es decir de 34,563 habitantes, considerando como criterio de inclusión para los participantes las edades 18 años a 65 años, según estimaciones y proyección de INEI hasta el 2013.

Estrato II: Los 25 trabajadores de "Trucha Dorada SRL" quienes participaron de la encuesta.

Muestra:

La muestra se calculó con la siguiente fórmula utilizada para una población finita:

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

Donde:

N = Tamaño de la población. (34,563)

Z_{μ}^2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido. (94%)

p*q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno. p = (50%)

q = 50%

E = Margen de error permitido. (6%)

n = Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{1,88^2 * 34563 * 0,50 * 0,50}{0,06^2(34563 - 1) + 1,88^2 * 0,50 * 0,50}$$
$$n = 244$$

Estrato I: considerando una población de 34,563 pobladores, un nivel de confianza de 94% y un error de 6% se ha obtenido encuestar a por lo menos 244 personas de la ciudad e Chota.

Estrato II: conformada por el total de la población 2, es decir, a los 25 trabajadores de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L, ya que no se requiere de un tratamiento estadístico tratándose de una población pequeña.

3.3. Hipótesis

Hi: Existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca.

Ho: No existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca.

3.4. Variables

Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial.

Para Villa, (2010) el término responsabilidad social de las empresas (RSE) o responsabilidad empresarial, significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa.

Variable Dependiente: Competitividad.

Porter, (2008) Describe la competitividad como la capacidad de una empresa para disponer de algunos atributos que le permiten una eficiencia superior y le otorgan cierto tipo de ventaja comparativa sobre sus competidores, gracias a la creación de productos de productos de valor.

3.5. Operacionalización

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores	Preguntas pobladores	Preguntas trabajadores	Técnica e instrumento de recolección de datos
Responsabilidad Social Empresarial	Ámbito social	Nivel Empleo	La empresa Trucha Dorada fomenta la promoción de empleo en la ciudad de Chota	La empresa Trucha Dorada promueve la estabilidad en el empleo de sus colaboradores	Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario
		Nivel Formación	La empresa Trucha Dorada realiza charlas con la población chotana respecto al cuidado del medio ambiente	La empresa Trucha Dorada promueve la capacitación para el desarrollo de sus trabajadores	
		Nivel Integración	La empresa Trucha Dorada se integra para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota	La empresa Trucha Dorada destina recursos económicos para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota	
	Ámbito económico	Ética	Usted observa que la empresa Trucha Dorada actúa de manera responsable en el desarrollo de sus actividades	La empresa Trucha Dorada fomenta políticas de ética empresarial	
		Capacidad de innovación	Usted observa que la empresa Trucha Dorada utiliza tecnología moderna para la fabricación de sus productos	La empresa Trucha Dorada utiliza maquinaria de última generación para la producción de sus productos	
		Eficiencia operacional	Las actividades de la empresa Trucha Dorada afectan el bienestar de las familias chotanas	Los procesos de trabajo de la empresa Trucha Dorada respetan la tranquilidad de las familias de Chota	
	Ámbito medioambiental	Nivel Impacto medioambiental	La empresa Trucha Dorada arroja basura en lugares inapropiados y afecta el ambiente saludable de la localidad	Los desechos de la empresa son puestos de manera responsable en lugares donde no afecte a la población ni el medio ambiente	
		Uso de recursos	La empresa Trucha Dorada utiliza recursos como el agua que usa para su producción de manera responsable	La empresa Trucha Dorada utiliza recursos (agua) son cuidados de manera responsable y sin desperdiciarlo	
			Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable	Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable	

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Preguntas pobladores	Preguntas trabajadores	Técnica e instrumento de recolección de datos
Competitividad	Eficiencia	Nivel Eficiencia de actividades	La empresa tiene buenas relaciones con la población de Chota de tal forma de sus actividades no afectan la tranquilidad de la población	Las actividades de la empresa Trucha Dorada se realizan con normalidad y sin inconvenientes en la ciudad de Chota	Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario
		Nivel Calidad de servicio	Usted se considera satisfecho con la atención que le brinda los trabajadores de la empresa Trucha Dorada	La empresa Trucha Dorada se preocupa por brindarle una atención de calidad	
		Mejora continua	Usted observa que la empresa Trucha Dorada realiza actividades sociales que favorecen la comunidad de Chota	La empresa destina recursos económicos para actividades sociales en la ciudad de Chota	
	Ventaja comparativa	Características del servicio	La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de atención que brinda a sus clientes	Los trabajadores de la empresa Trucha Dorada se preocupan brindar una atención de calidad a sus clientes	
		Nivel Calidad de productos	La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de productos que brinda a sus clientes	Los procesos de fabricación de la empresa Trucha Dorada se realiza en función a normas de calidad	
		Nivel Calidad de infraestructura	Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno	Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno	
	Valor	Factores diferenciales	Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia	Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia	
		Nivel Percepción de la empresa	Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota	Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota	

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Métodos

Para la realización de la presente investigación sobre “Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en "Trucha Dorada" SRL- Chota, Cajamarca” y con el propósito de obtener resultados fiables, fidedignos, se aplicó los siguientes métodos:

Inductivo-deductivo. Con este método se obtuvo las conclusiones generales a partir de los resultados.

Analítico. Con la que se pudo analizar detalladamente los datos e información relacionada con la investigación obtenido de la aplicación del instrumento a la muestra.

Técnicas:

La técnica que se empleó fue el siguiente:

Análisis Documental, cuya base fue la consulta de diferentes libros y otras fuentes a fin de tener información en cuanto a las teorías que se sustentó la tesis.

Encuestas, las que se aplicaron a los pobladores de la ciudad de Chota que conocen el entorno de la empresa "Trucha Dorada SRL", quienes conformaron la muestra en estudio, con el fin de obtener la información que se requería a través de un cuestionario de preguntas o reactivos con varias alternativas las cuales fueron predefinidas para que el evaluado seleccione las respuestas requerida y cuya ventaja principal es que en el corto tiempo se puede obtener la reacción de numerosos individuos debido a que todos

los sujetos de estudio reciben las mismas preguntas en forma ordenada siendo más fácil recolectar los datos.

Instrumento:

Se utilizó dos instrumentos en la investigación; el cuestionario tipo escala Likert para ser aplicado a la muestra estudiada y las Fichas de registro de datos.

Fichas de registro de datos, mediante estas fichas se pudo registrar de manera ordenada y jerarquizada la información requerida para llevar la a cabo la investigación.

El cuestionario, tiene una escala genérica de Acuerdo, Indiferente, Desacuerdo y estuvo estructurada como se muestra en la tabla 2.3.6.1.

Se contó con una relación 17 ítems las cuales se aplicaron a todos los integrantes de la muestra que se estudiara con el fin de obtener la información respecto a la responsabilidad social empresarial y la competitividad en la empresa "Trucha Dorada S.R.L".

Tabla 2.3.6.1

Puntuación de los ítems en la Escala de Likert

PUNTUACION	DENOMINACION	INICIAL
3	Acuerdo	A
2	Indiferente	I
1	Desacuerdo	D

Fuente: Elaboración propia

3.7. Procedimiento para la recolección de datos

El proceso de recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

- a) **Exploración**, que consiste en determinar un escenario real que reuniera las características a fines con el tema a investigar, se visitó la empresa "Trucha Dorada" S.R.L con el propósito de coordinar la realización de la presente investigación.
- b) **Integración**, se realizó una evaluación diagnóstica de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L. El desarrollo de la investigación se realizó de la siguiente manera:
 1. Se planificaron las actividades desarrolladas para realizar la encuesta.
 2. Se aplicará una encuesta a los clientes de la empresa "Trucha Dorada S.R.L" en diferentes horarios.
 3. Se tabularán los datos y se analizará la información.
 4. Se concluirá dando las observaciones respectivas.

3.8. Plan de análisis estadístico de datos

Para el análisis de datos se aplicó la escala de Likert, escala que estuvo centrada en los sujetos de estudio en el cual se elaboraron ítems (afirmaciones), donde cada ítems ofrece una serie de alternativas en forma graduada, la respuestas fueron indicadas mediante números y letras.

La escala de Likert fue construida mediante dimensiones comprendidas por las variables en estudio con un enfoque racional deductivo.

Cada ítem tiene una serie de alternativas de respuestas en forma graduada, de menor a mayor donde se determinó como menor valor el Total desacuerdo y como máximo valor el Total acuerdo.

Después de aplicar los instrumentos de recolección de datos se procederá a ordenar, tabular y graficar la información, utilizando el programa SPSS 20, donde se realizará el análisis de correlación de Pearson, para después proceder a la interpretación y análisis de los resultados obtenidos.

3.9. Principios éticos

Se considera el principio de libertad y responsabilidad ya que todas las personas que participaran de este estudio, lo harán, haciendo uso pleno de su libertad, asumiendo la responsabilidad de su elección con el consentimiento informado.

La confidencialidad de la investigación se garantiza con el anonimato de los participantes, además se asumirá con responsabilidad, velar porque la información obtenida de los informantes, sea utilizada sólo con fines de investigación.

La confirmabilidad o reflexividad se refleja en que los resultados de la investigación garantizan la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes de este estudio.

3.10. Criterios de rigor científico

Durante toda la investigación, se siguió algunos Criterios de Cientificidad, se consideraron para evaluar la calidad científica del estudio los siguientes criterios:

El criterio de “credibilidad” se da porque los hallazgos obtenidos de la aplicación del instrumento a la muestra en estudio reales o verdaderos, puesto que en la presente investigación se hará la recolección de datos e información de las propias fuentes primarias, mediante la encuesta, produciendo hallazgos conocidos por los informantes como una verdadera aproximación sobre lo que piensan y sienten respecto las dimensiones de la responsabilidad social empresarial y la competitividad de la empresa "Trucha Dorada SRL".

También se ha considerado el criterio de “Auditabilidad o confirmabilidad” puesto que toda la información registrada en esta investigación son de distintos autores que confirman los hechos encontrados en el estudio y que a la vez ha sido referenciada para que otros investigadores puedan examinar los datos y puedan llegar a conclusiones iguales o similares a la situación que aquí se presenta.

CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados en tablas y gráficos

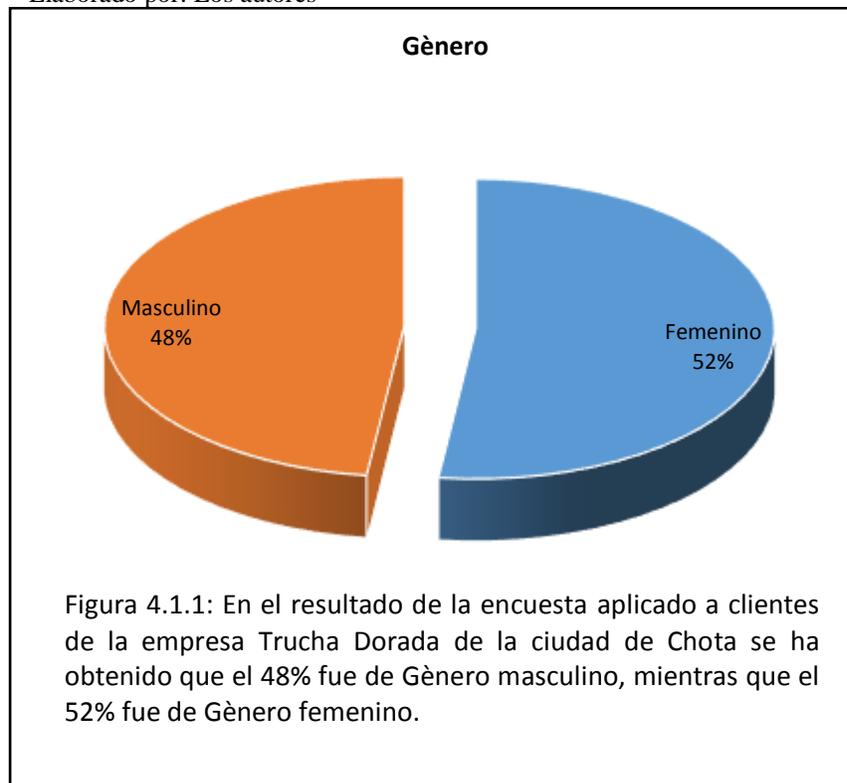
Tabla 4.1.1

Gènero

	n	%
Femenino	40	16.4
Masculino	204	83.6
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

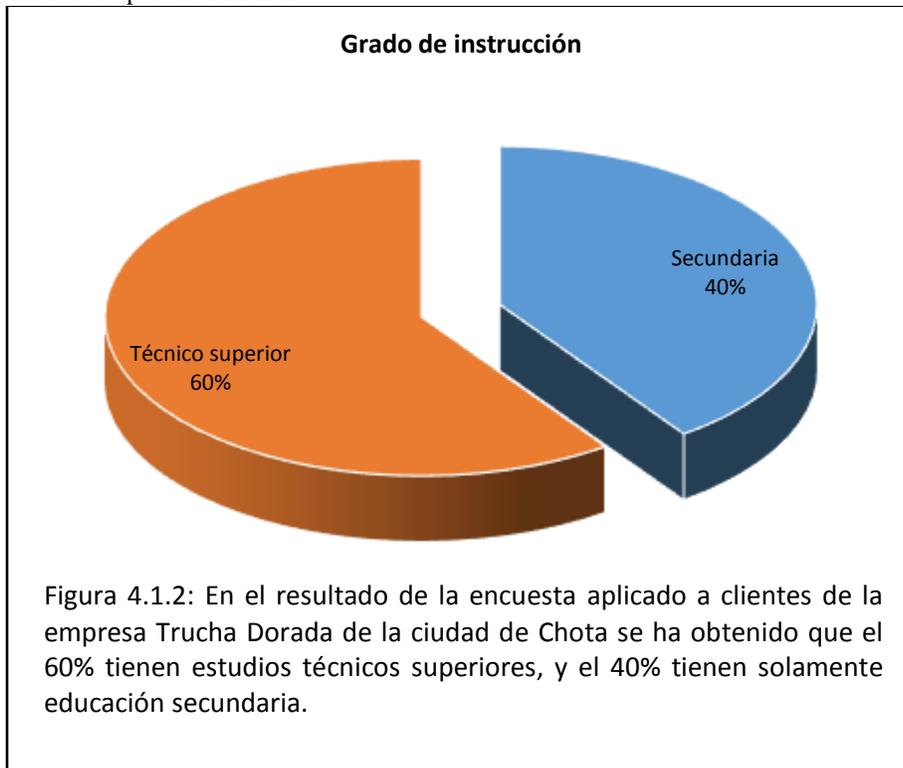
Tabla 4.1.2

Grado de instrucción

	n	%
Secundaria	98	40.2
Técnico superior	146	59.8
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

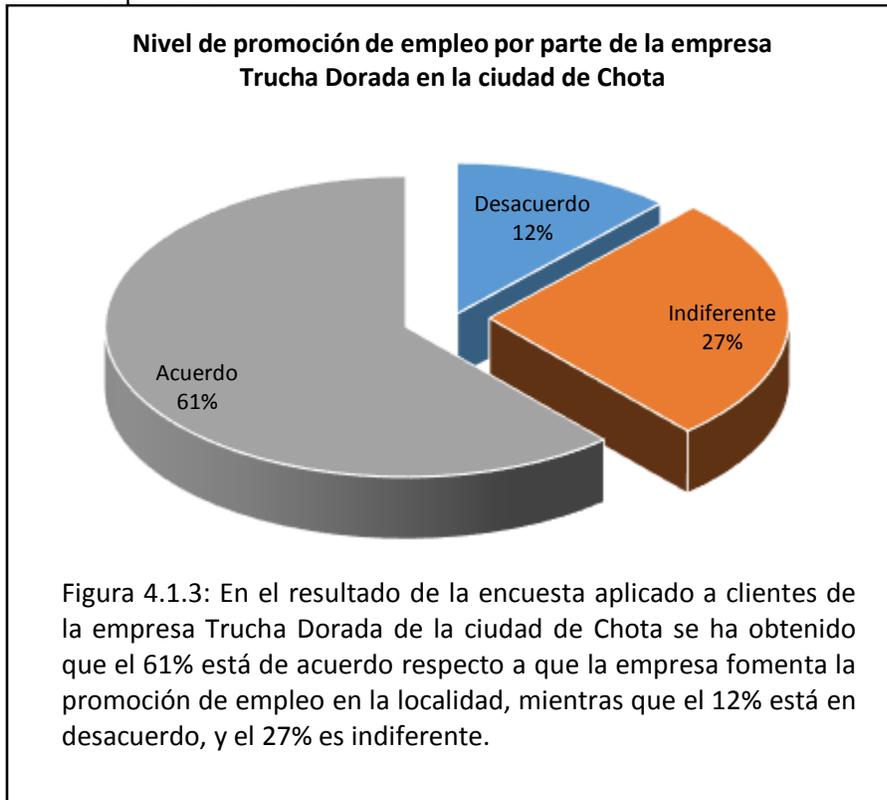
Tabla 4.1.3

Nivel de promoción de empleo por parte de la empresa Trucha Dorada en la ciudad de Chota

	n	%
Desacuerdo	29	11.9
Indiferente	65	26.6
Acuerdo	150	61.5
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

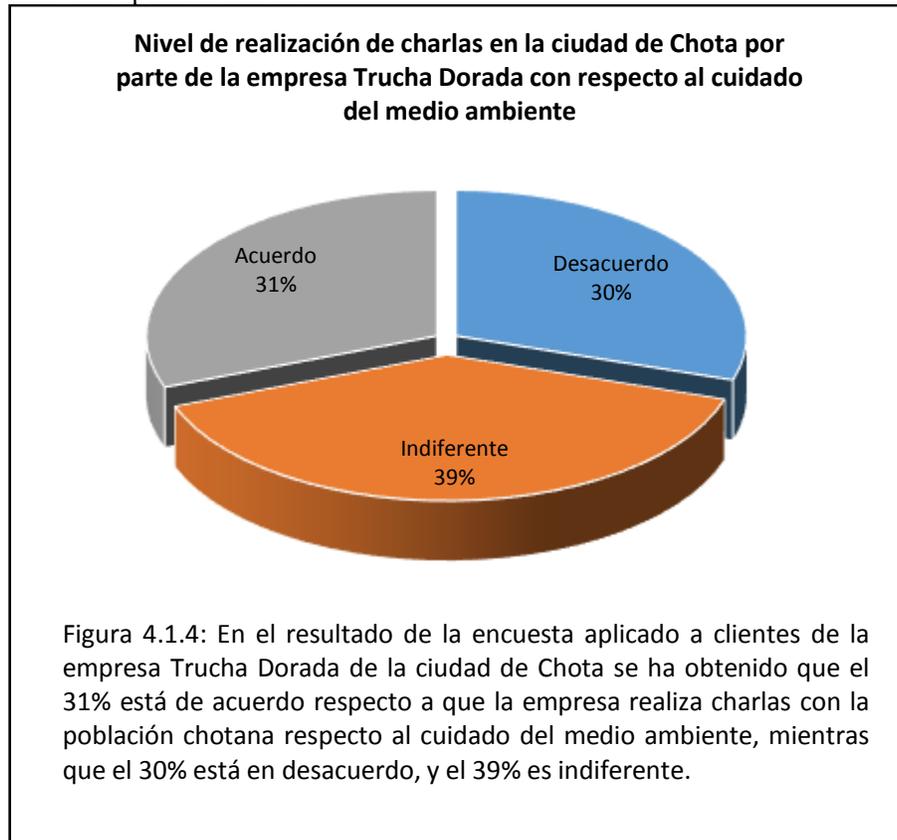
Tabla 4.1.4

Nivel de realización de charlas en la ciudad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada con respecto al cuidado del medio ambiente

	n	%
Desacuerdo	73	29.9
Indiferente	96	39.3
Acuerdo	75	30.7
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

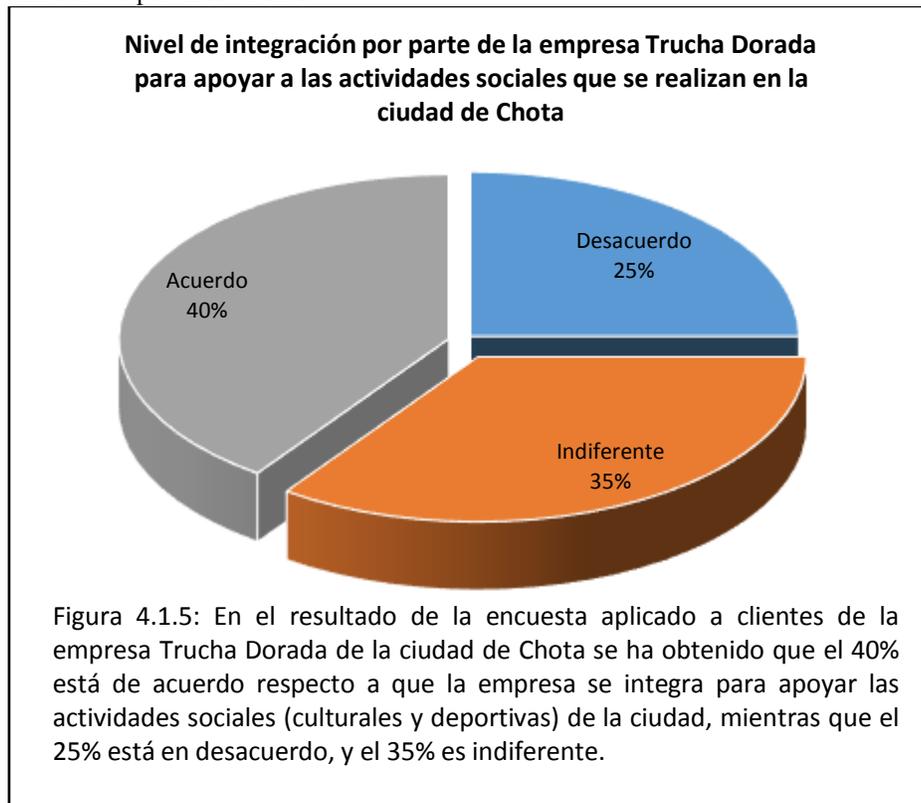
Tabla 4.1.5

Nivel de integración por parte de la empresa Trucha Dorada para apoyar a las actividades sociales que se realizan en la ciudad de Chota

	n	%
Desacuerdo	61	25.0
Indiferente	85	34.8
Acuerdo	98	40.2
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

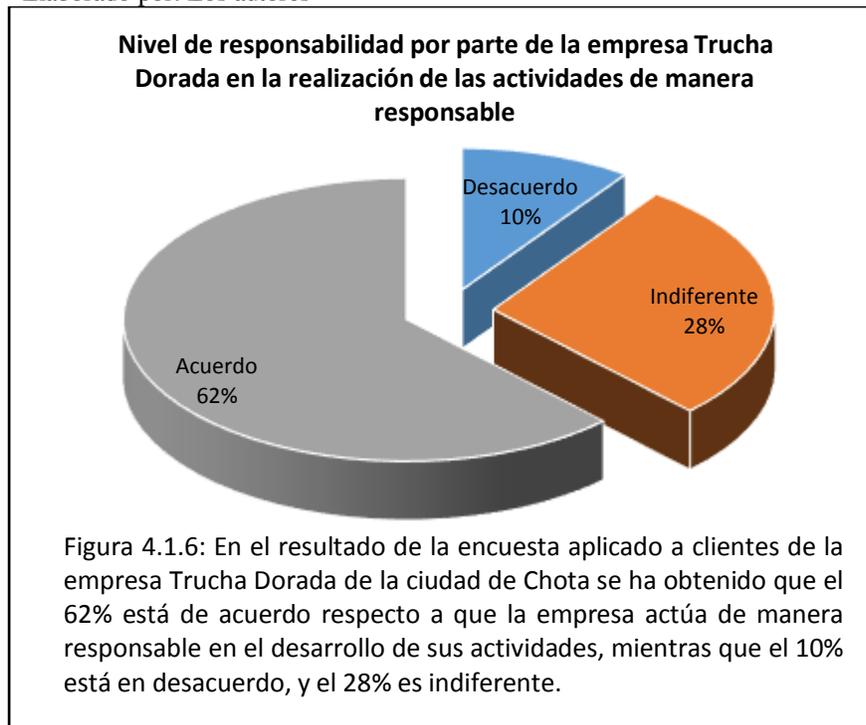
Tabla 4.1.6

Nivel de responsabilidad por parte de la empresa Trucha Dorada en la realización de las actividades de manera responsable

	n	%
Desacuerdo	24	9.8
Indiferente	68	27.9
Acuerdo	152	62.3
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

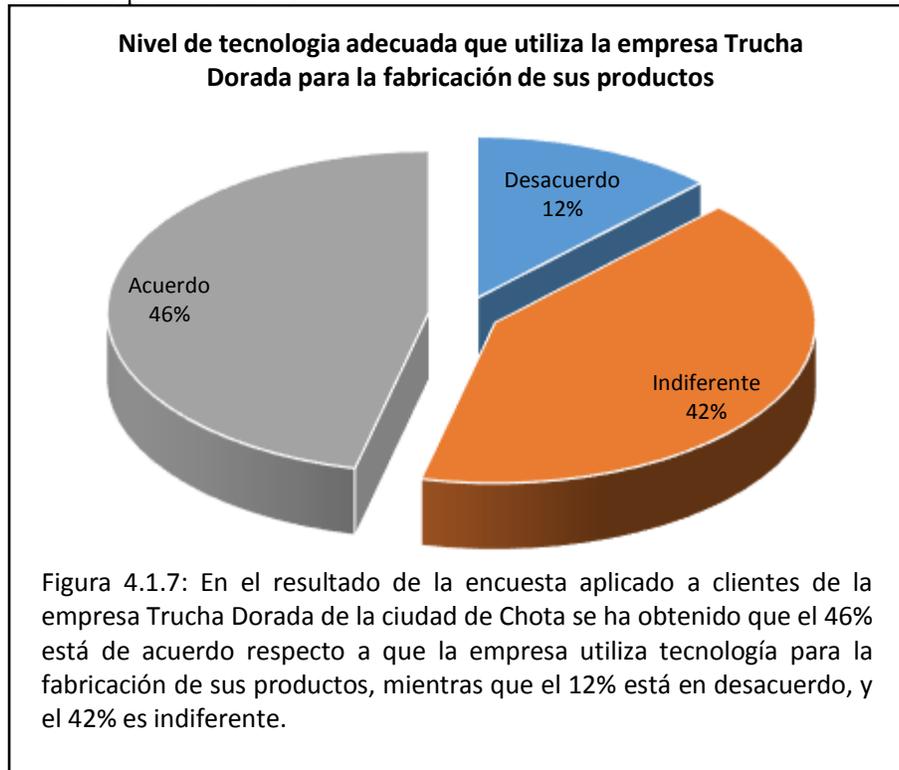
Tabla 4.1.7

Nivel de tecnología adecuada que utiliza la empresa Trucha Dorada para la fabricación de sus productos

	n	%
Desacuerdo	30	12.3
Indiferente	101	41.4
Acuerdo	113	46.3
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

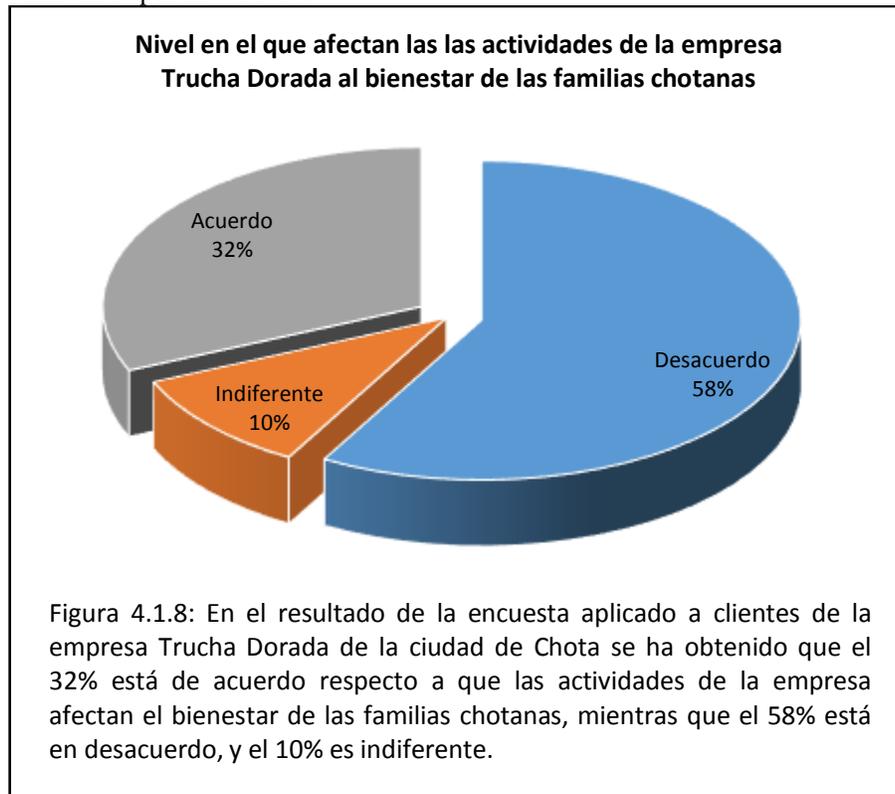
Tabla 4.1.8

Nivel en el que afectan las actividades de la empresa Trucha Dorada al bienestar de las familias chotanas

	n	%
Desacuerdo	142	58.2
Indiferente	25	10.2
Acuerdo	77	31.6
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

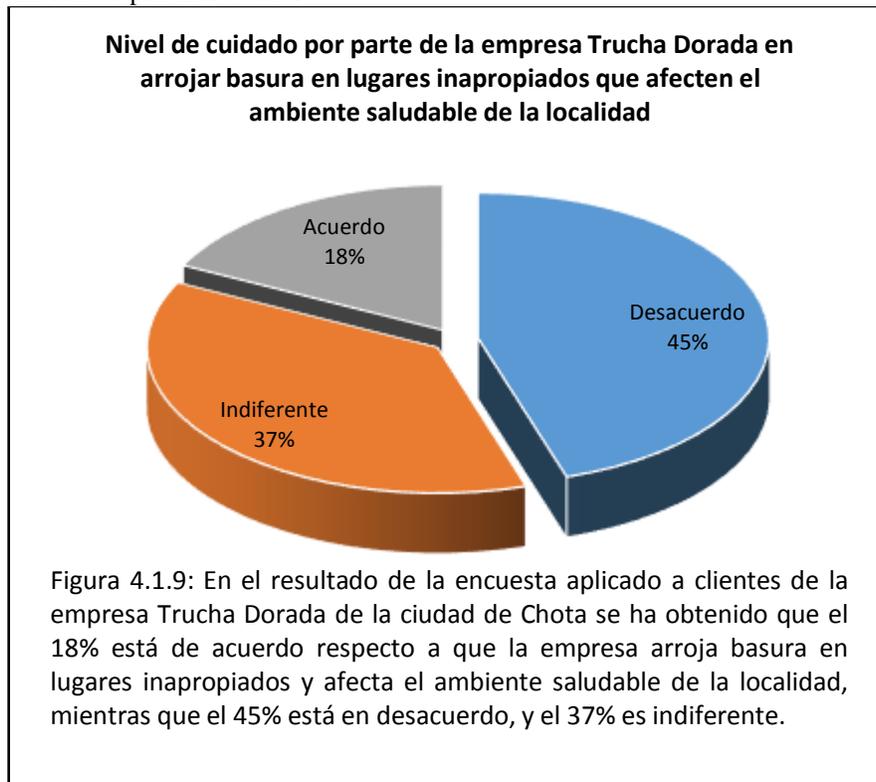
Tabla 4.1.9

Nivel de cuidado por parte de la empresa Trucha Dorada en arrojar basura en lugares inapropiados que afecten el ambiente saludable de la localidad

	n	%
Desacuerdo	110	45.1
Indiferente	91	37.3
Acuerdo	43	17.6
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

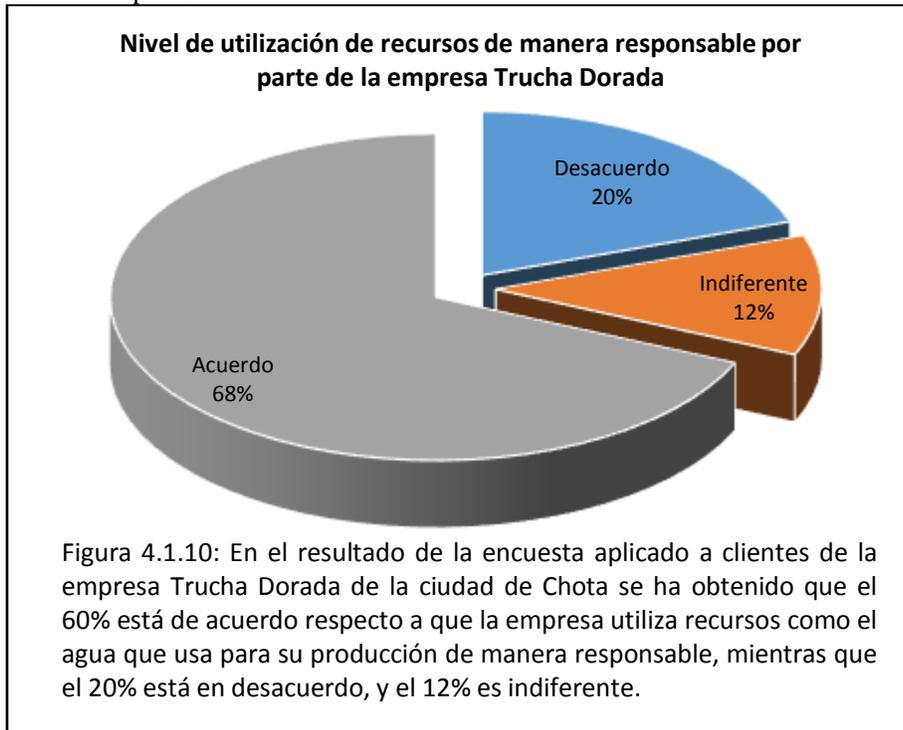
Tabla 4.1.10

Nivel de utilización de recursos de manera responsable por parte de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	48	19.7
Indiferente	29	11.9
Acuerdo	167	68.4
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

Tabla 4.1.11

Nivel de responsabilidad en desechar de manera responsable los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	39	16.0
Indiferente	92	37.7
Acuerdo	113	46.3
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

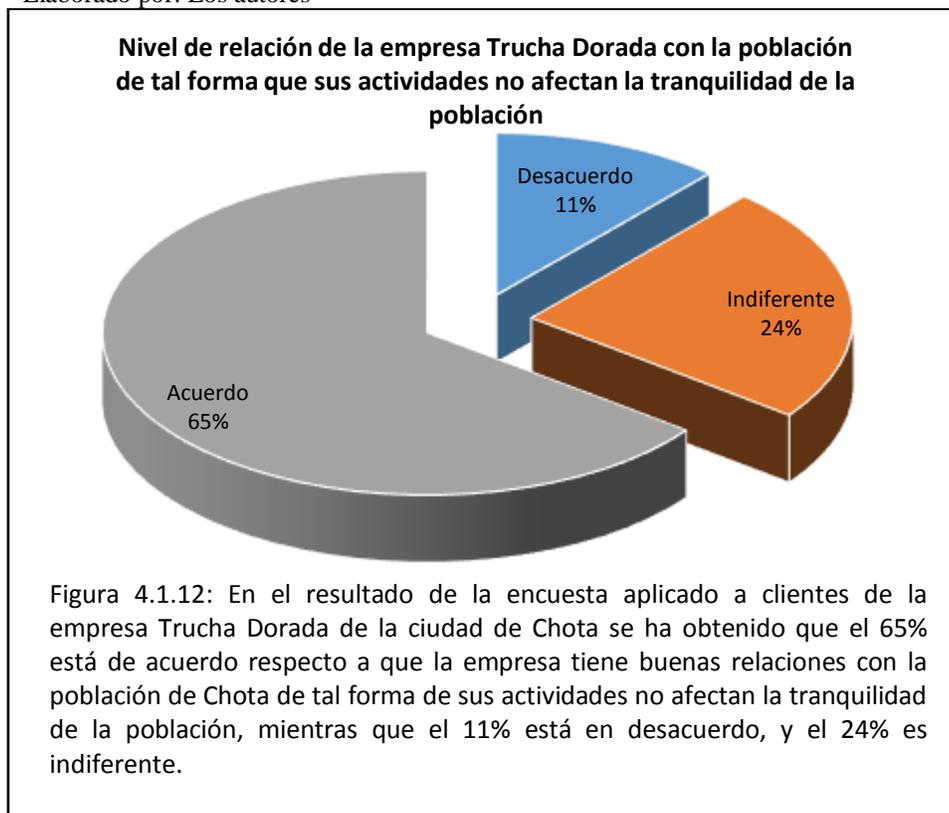
Tabla 4.1.12

Nivel de relación de la empresa Trucha Dorada con la población de tal forma que sus actividades no afectan la tranquilidad de la población

	n	%
Desacuerdo	28	11.5
Indiferente	58	23.8
Acuerdo	158	64.8
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

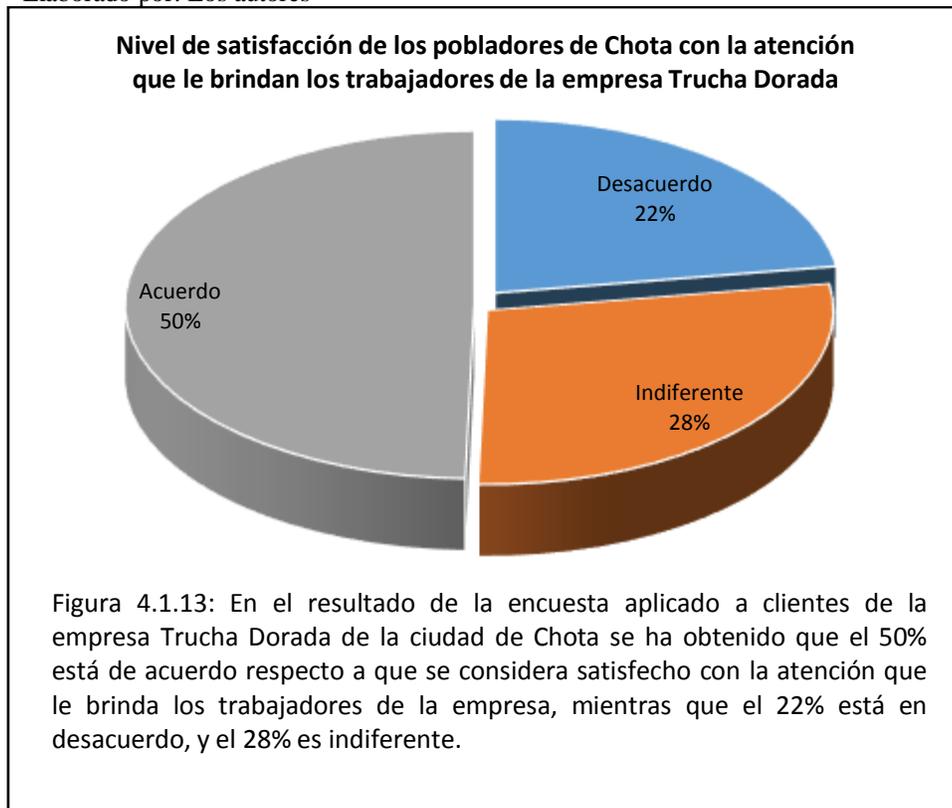
Tabla 4.1.13

Nivel de satisfacción de los pobladores de Chota con la atención que le brindan los trabajadores de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	55	22.5
Indiferente	68	27.9
Acuerdo	121	49.6
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

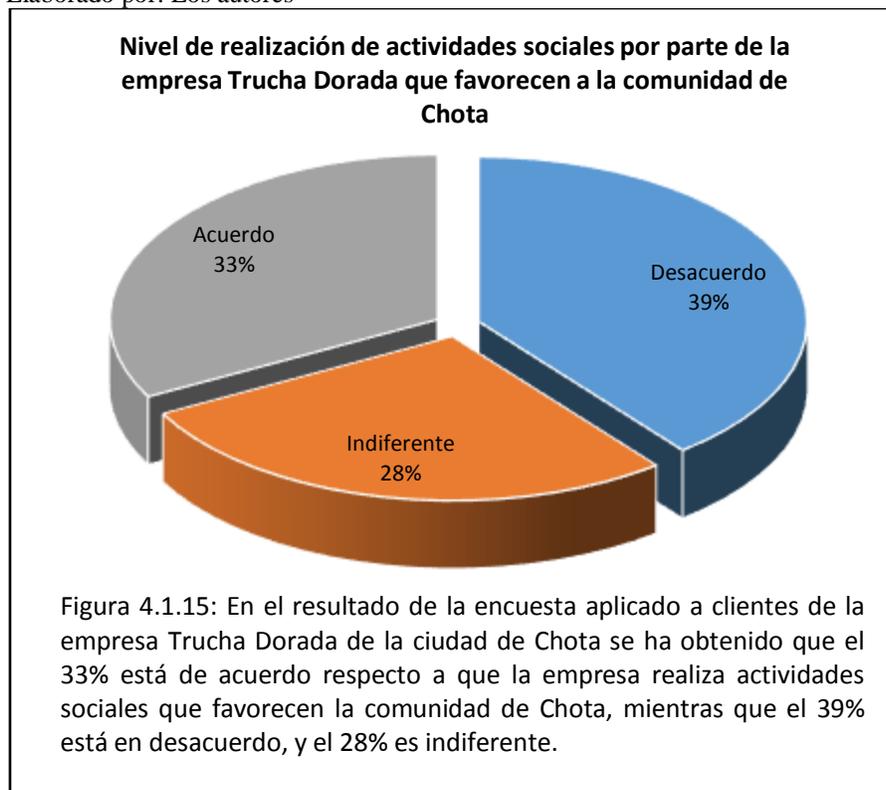
Tabla 4.1.14

Nivel de realización de actividades sociales por parte de la empresa Trucha Dorada que favorecen a la comunidad de Chota

	n	%
Desacuerdo	96	39.3
Indiferente	68	27.9
Acuerdo	80	32.8
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

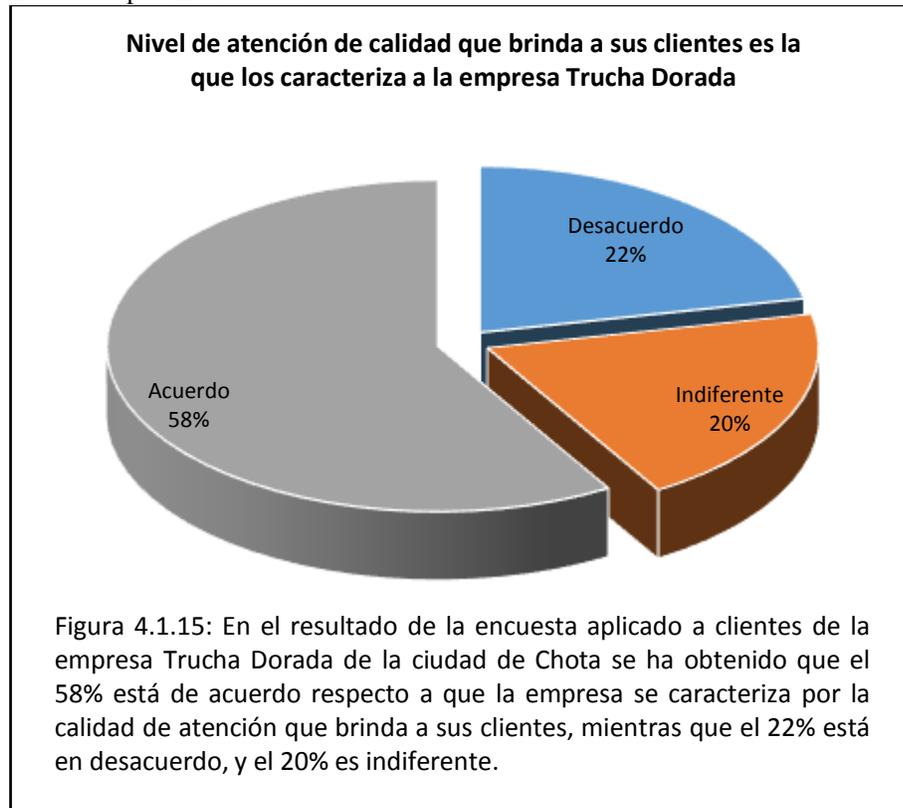
Tabla 4.1.15

Nivel de atención de calidad que brinda a sus clientes es la que los caracteriza a la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	53	21.7
Indiferente	48	19.7
Acuerdo	143	58.6
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

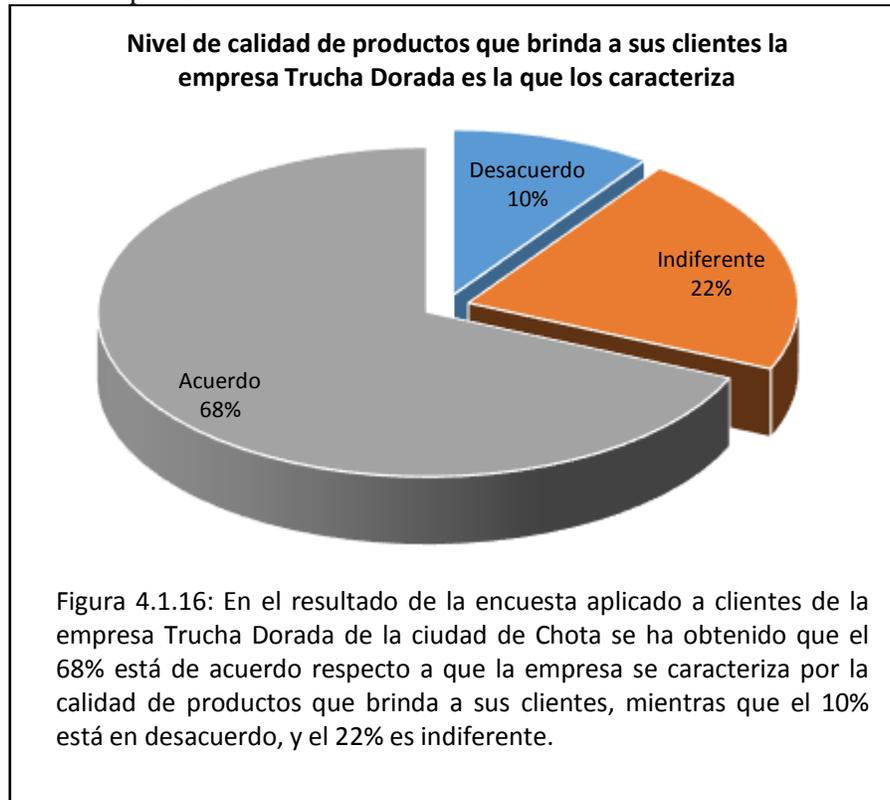
Tabla 4.1.16

Nivel de calidad de productos que brinda a sus clientes la empresa Trucha Dorada es la que los caracteriza

	n	%
Desacuerdo	24	9.8
Indiferente	53	21.7
Acuerdo	167	68.4
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

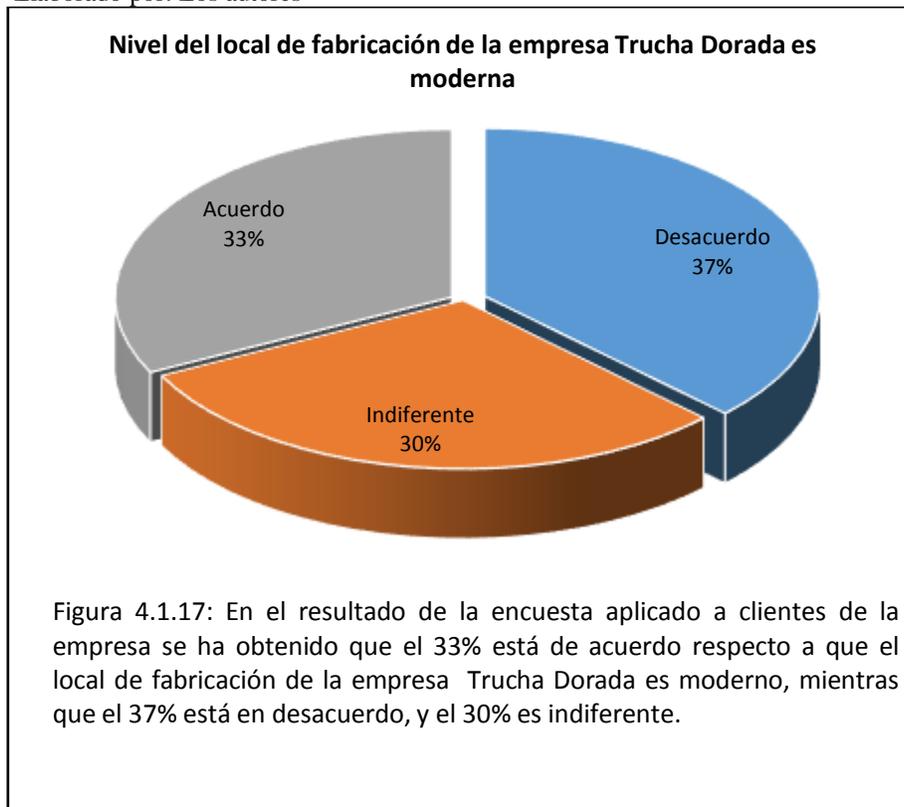
Tabla 4.1.17

Nivel del local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderna

	n	%
Desacuerdo	91	37.3
Indiferente	74	30.3
Acuerdo	79	32.4
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

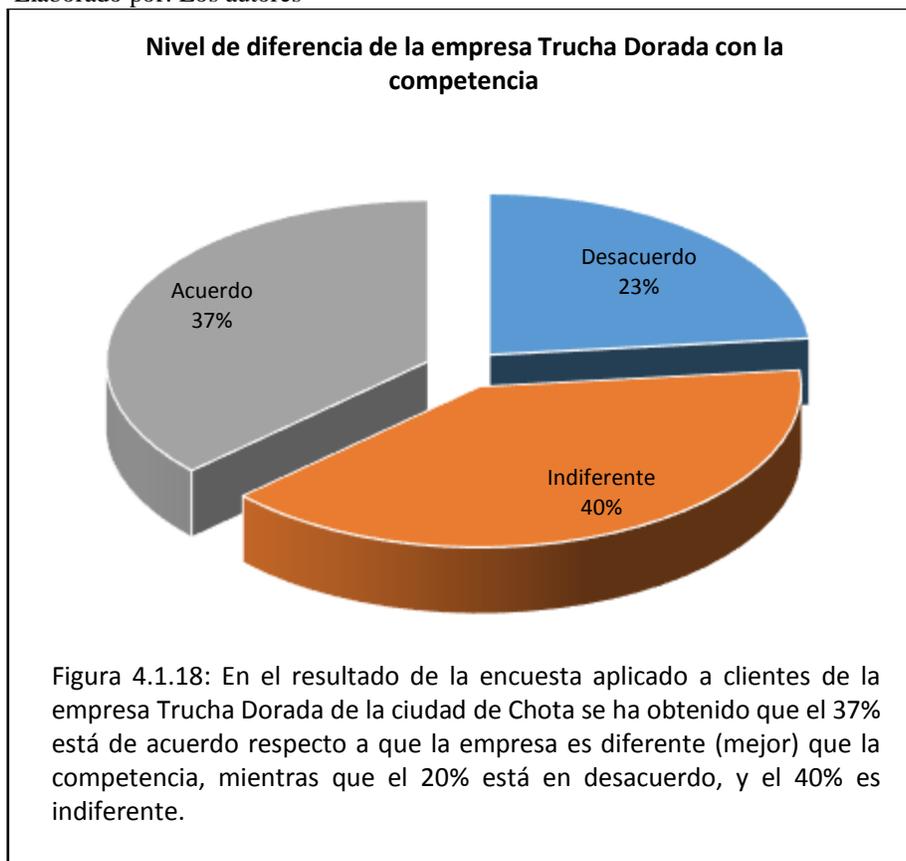
Tabla 4.1.18

Nivel de diferencia de la empresa Trucha Dorada con la competencia

	n	%
Desacuerdo	57	23.4
Indiferente	97	39.8
Acuerdo	90	36.9
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

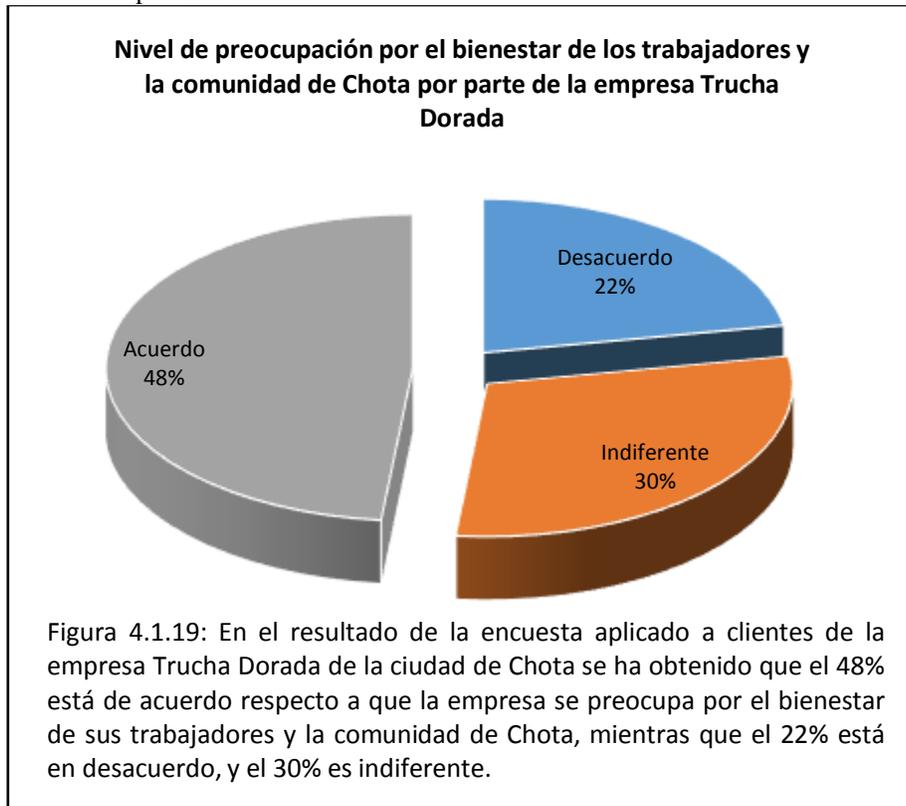
Tabla 4.1.19

Nivel de preocupación por el bienestar de los trabajadores y la comunidad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	54	22.1
Indiferente	72	29.5
Acuerdo	118	48.4
Total	244	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

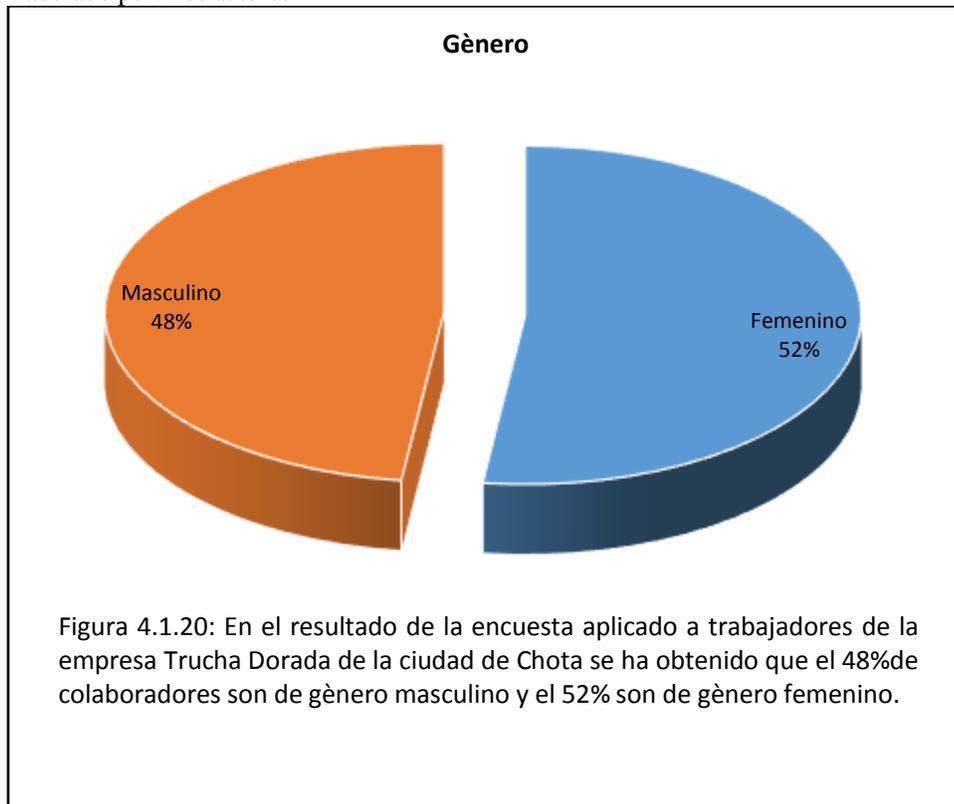
Tabla 4.1.20

Gènero

	n	%
Femenino	13	52.0
Masculino	12	48.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

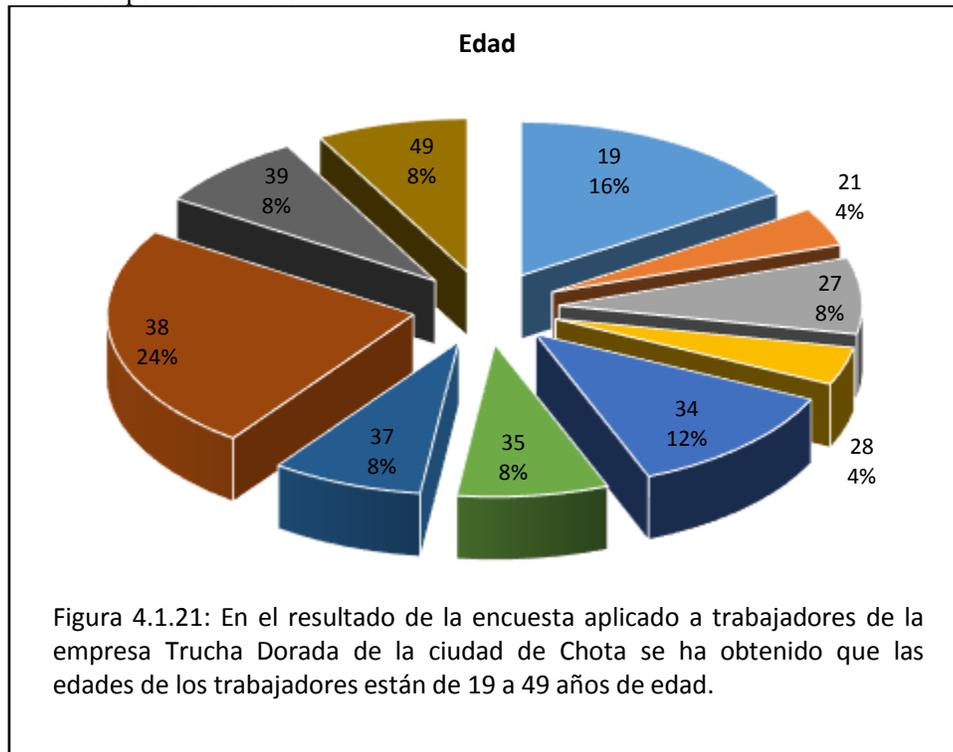
Tabla 4.1.21

Edad

	n	%
19	4	16.0
21	1	4.0
27	2	8.0
28	1	4.0
34	3	12.0
35	2	8.0
37	2	8.0
38	6	24.0
39	2	8.0
49	2	8.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

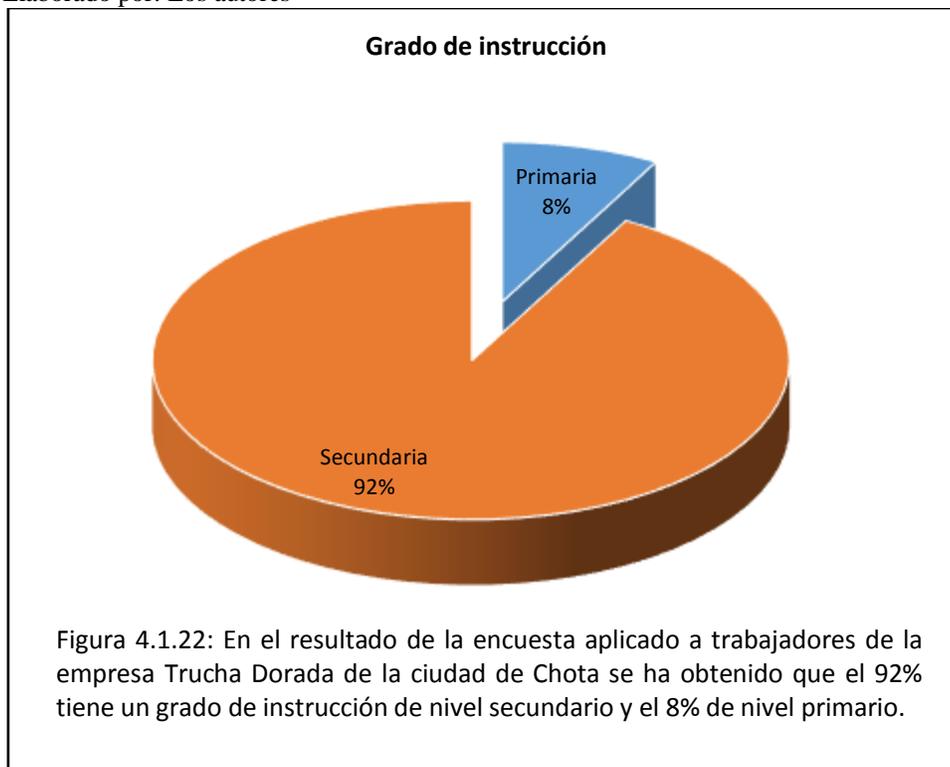
Tabla 4.1.22

Grado de instrucción

	n	%
Primaria	2	8.0
Secundaria	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

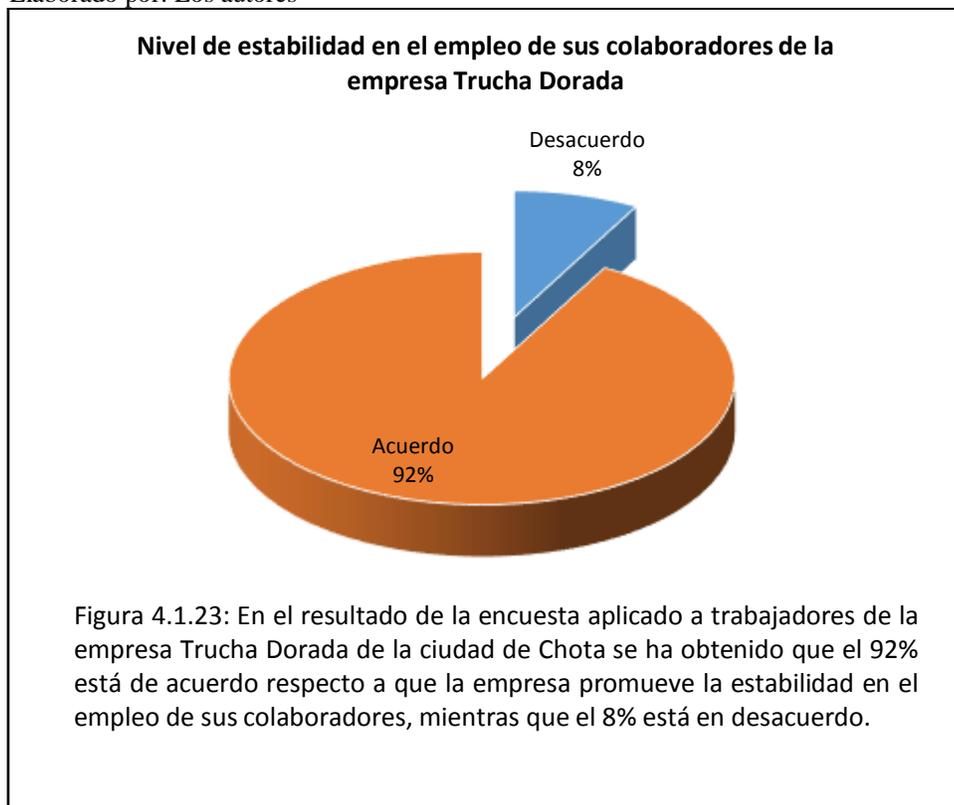
Tabla 4.1.23

Nivel de estabilidad en el empleo de sus colaboradores de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

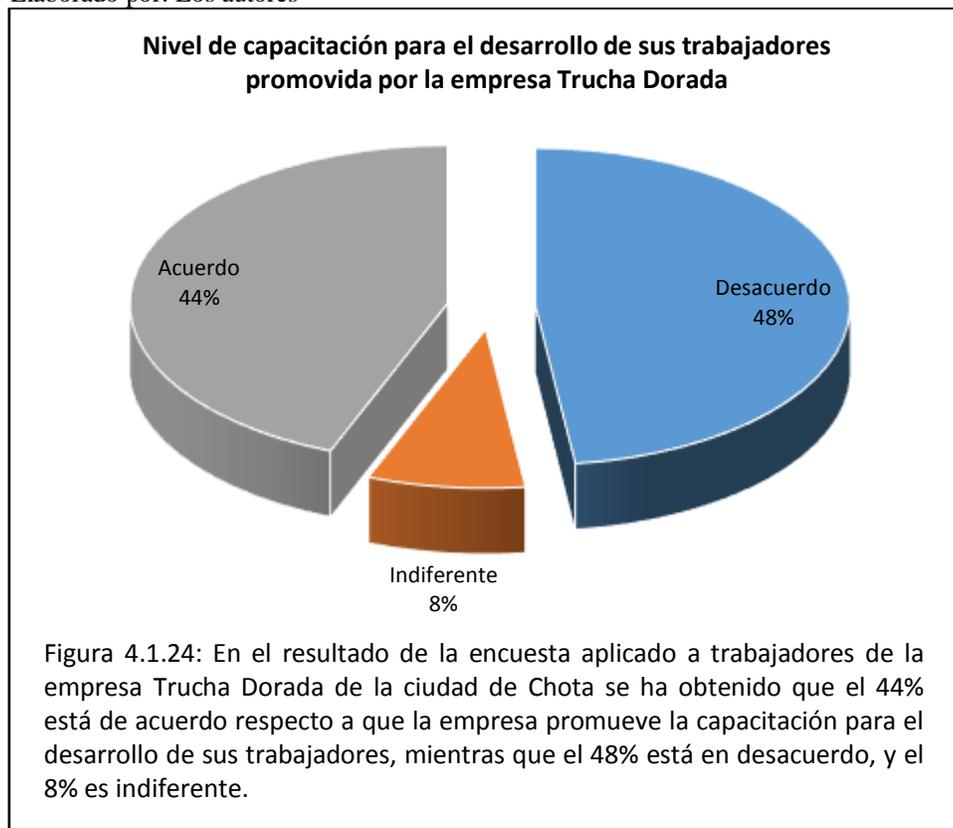
Tabla 4.1.24

Nivel de capacitación para el desarrollo de sus trabajadores promovida por la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	12	48.0
Indiferente	2	8.0
Acuerdo	11	44.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

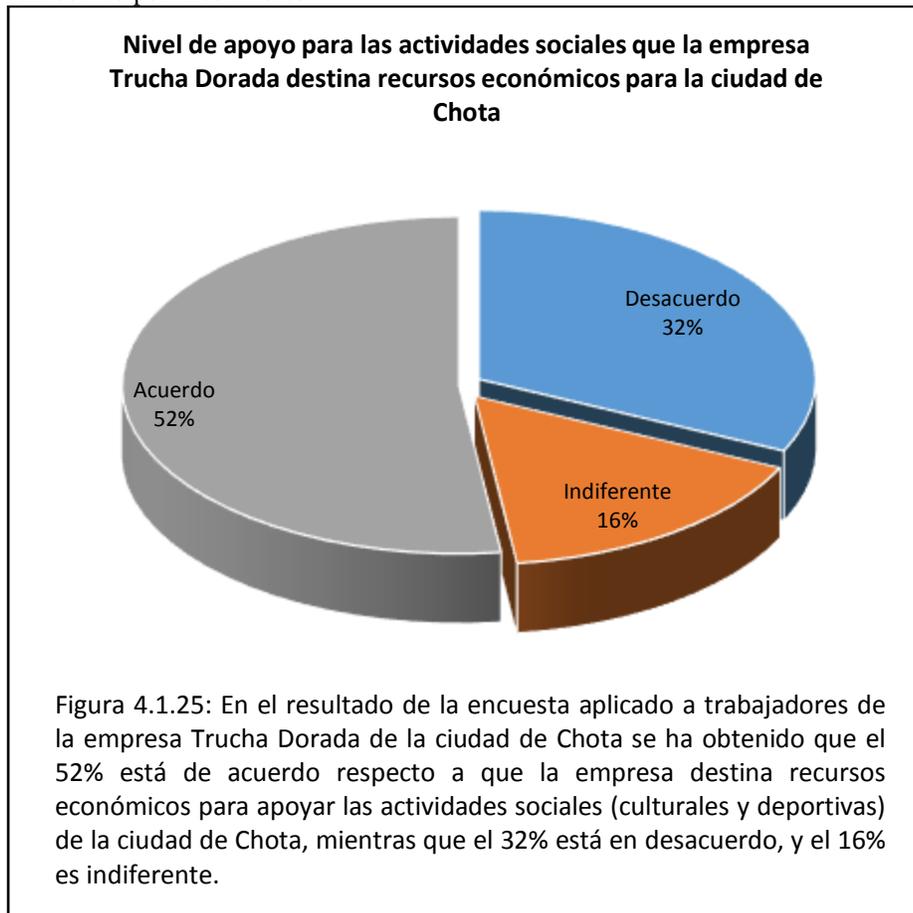
Tabla 4.1.25

Nivel de apoyo para las actividades sociales que la empresa Trucha Dorada destina recursos económicos para la ciudad de Chota

	n	%
Desacuerdo	8	32.0
Indiferente	4	16.0
Acuerdo	13	52.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

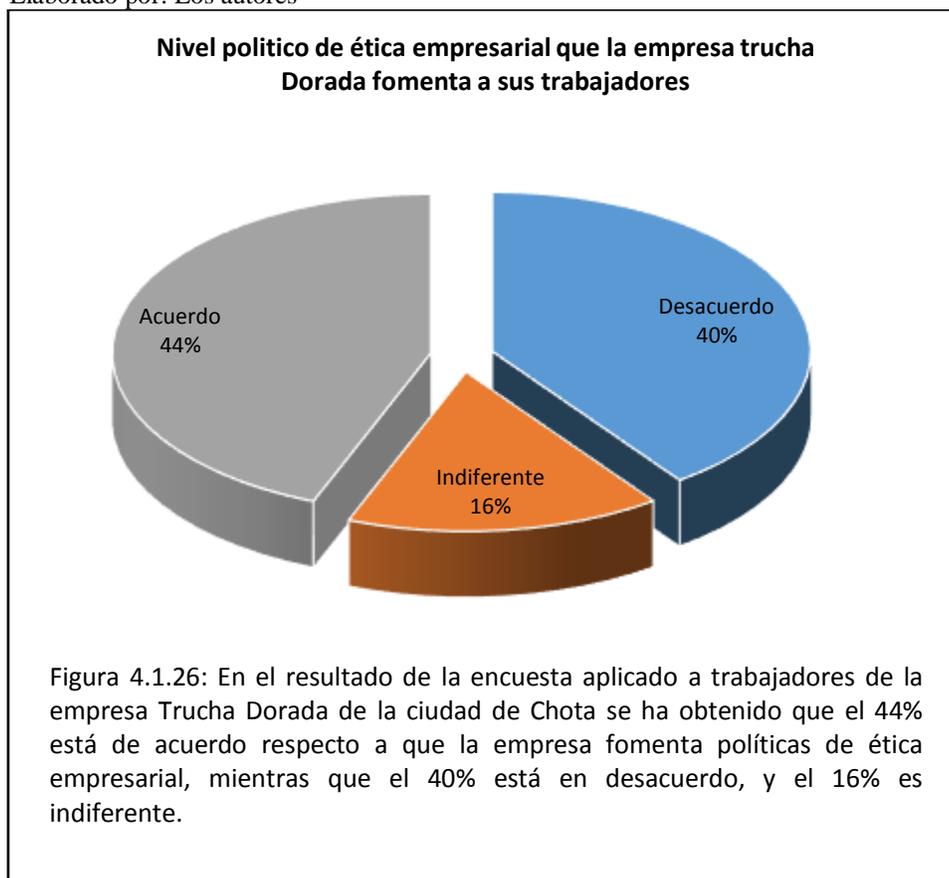
Tabla 4.1.26

Nivel político de ética empresarial que la empresa trucha Dorada fomenta a sus trabajadores

	n	%
Desacuerdo	10	40.0
Indiferente	4	16.0
Acuerdo	11	44.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

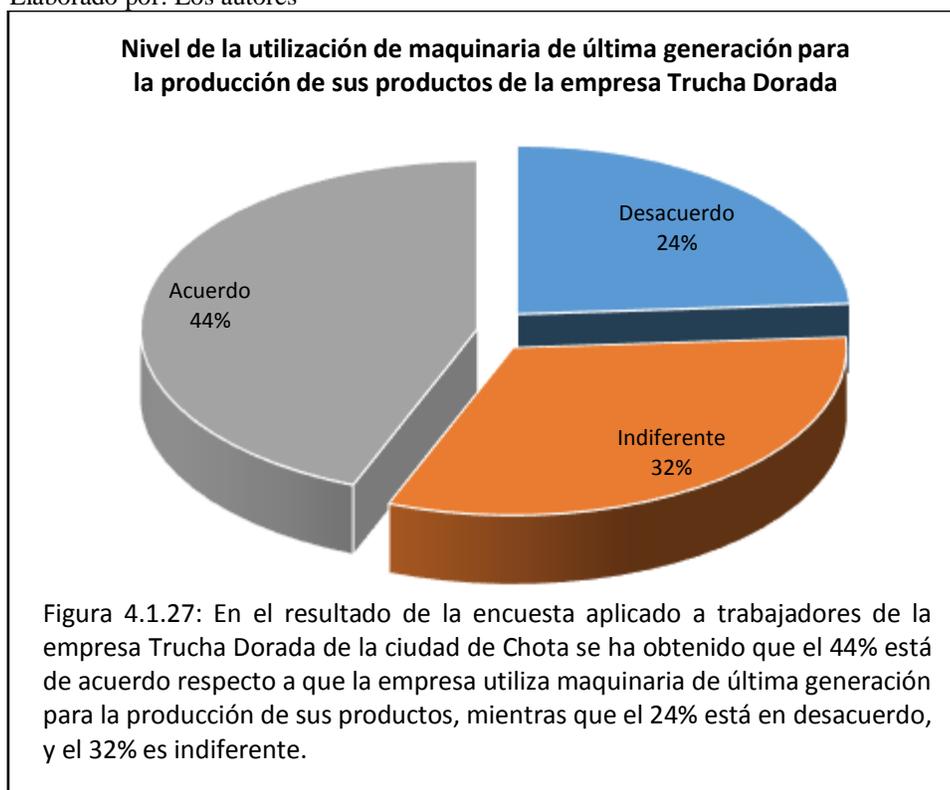
Tabla 4.1.27

Nivel de la utilización de maquinaria de última generación para la producción de sus productos de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	6	24.0
Indiferente	8	32.0
Acuerdo	11	44.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

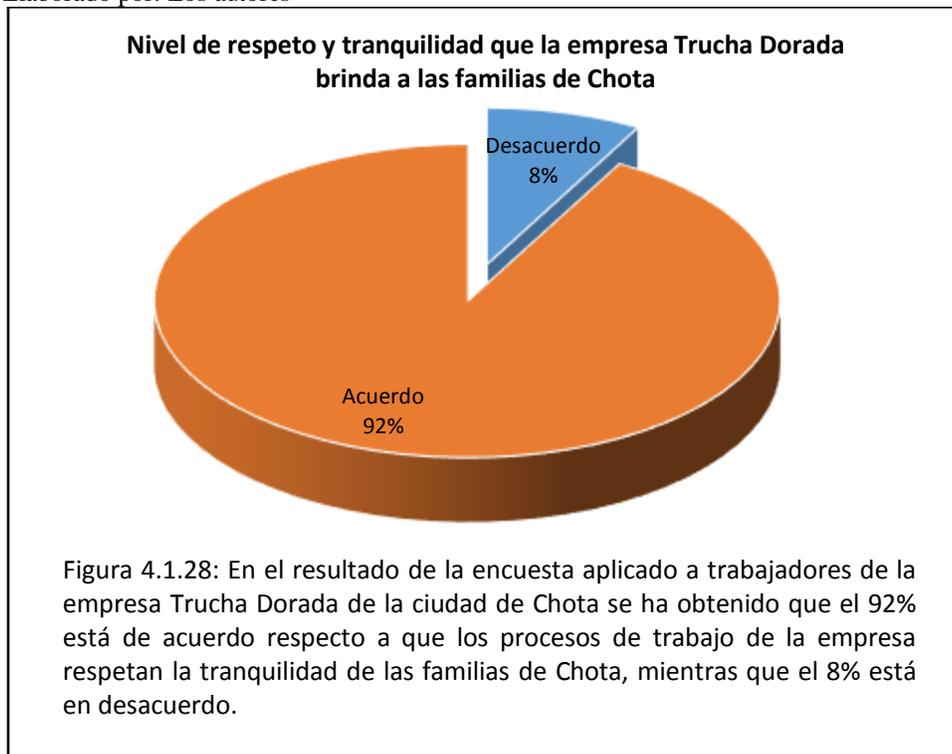
Tabla 4.1.28

Nivel de respeto y tranquilidad que la empresa Trucha Dorada brinda a las familias de Chota

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

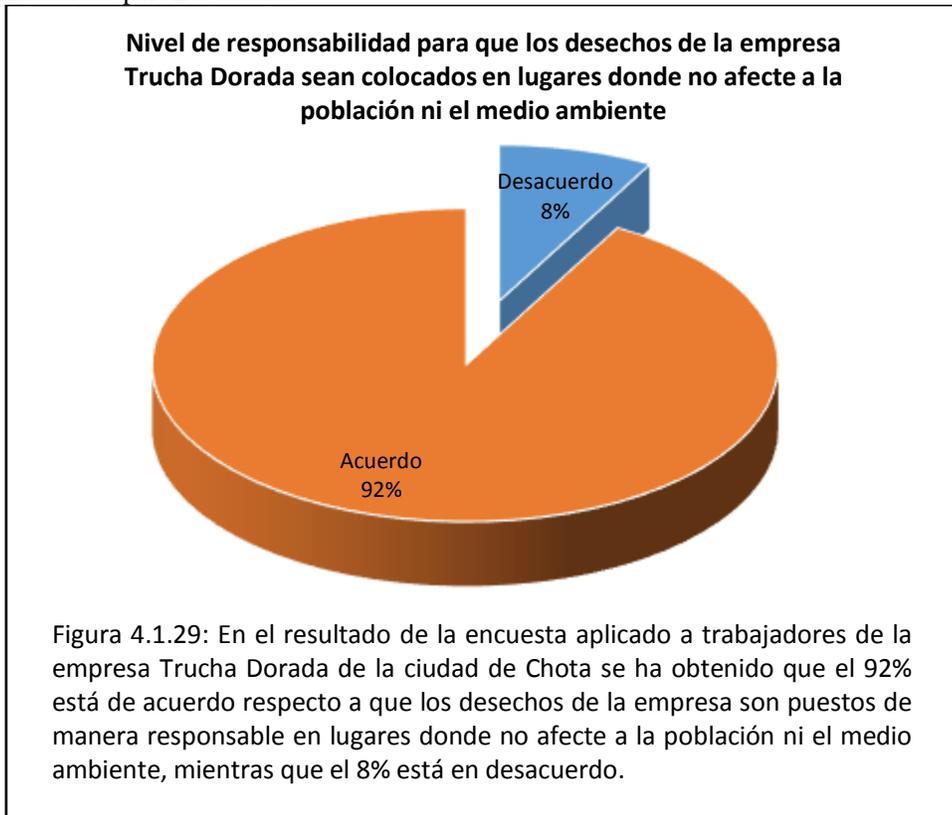
Tabla 4.1.29

Nivel de responsabilidad para que los desechos de la empresa Trucha Dorada sean colocados en lugares donde no afecte a la población ni el medio ambiente

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

Tabla 4.1.30

Nivel de cuidado de los recursos de manera responsable por la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

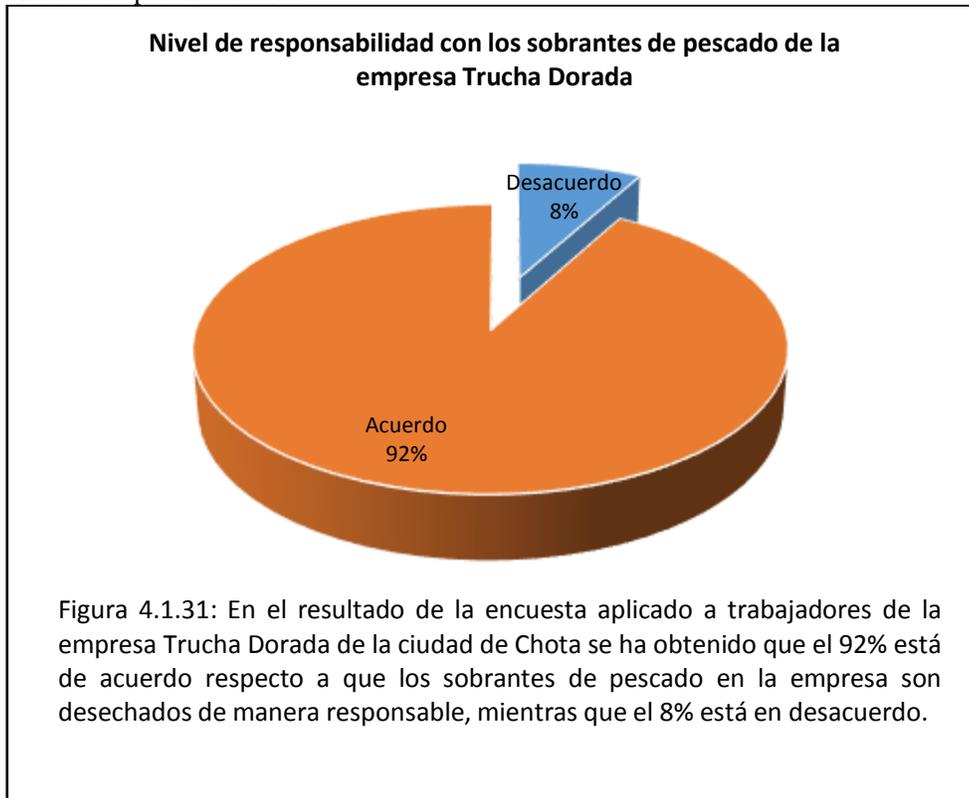
Tabla 4.1.31

Nivel de responsabilidad con los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

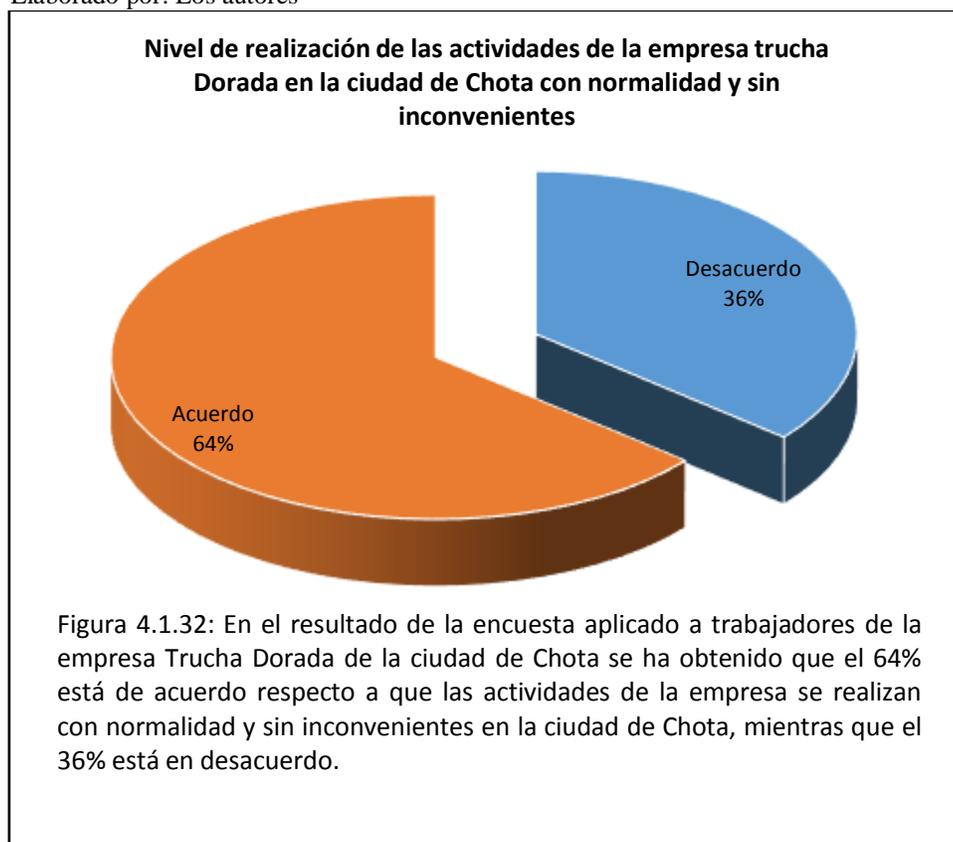
Tabla 4.1.32

Nivel de realización de las actividades de la empresa trucha Dorada en la ciudad de Chota con normalidad y sin inconvenientes

	n	%
Desacuerdo	9	36.0
Acuerdo	16	64.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

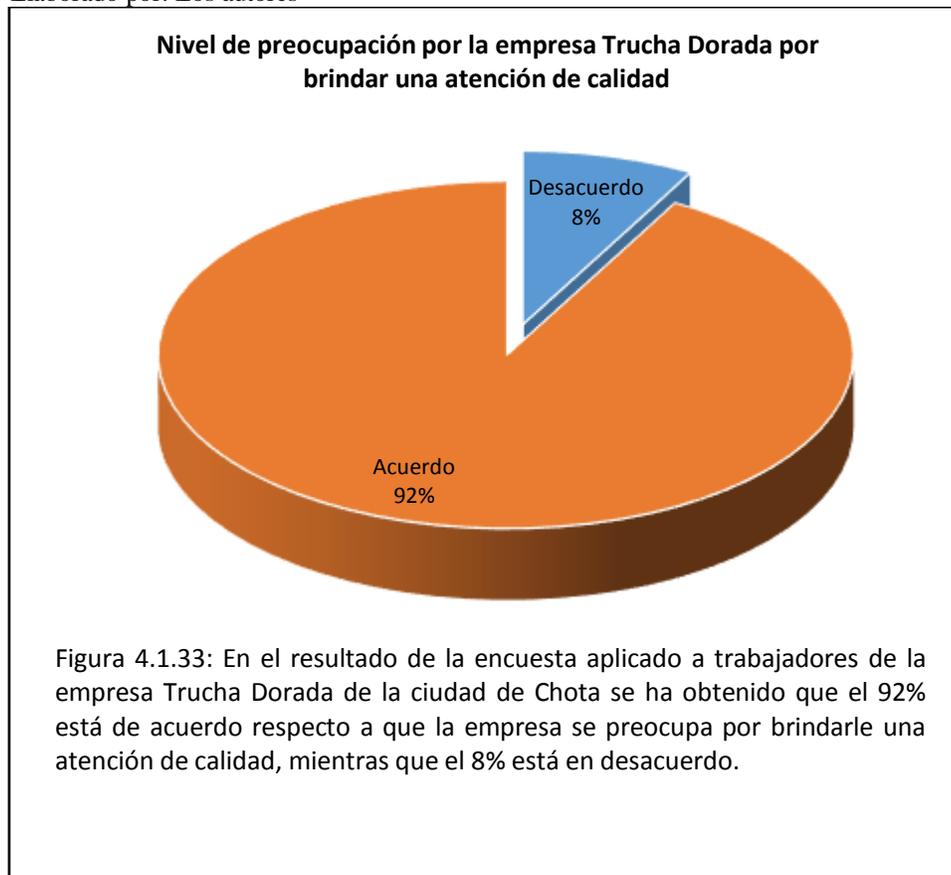
Tabla 4.1.33

Nivel de preocupación por la empresa Trucha Dorada por brindar una atención de calidad

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

Tabla 4.1.34

Nivel de recursos económicos destinado para las actividades sociales de la ciudad de Chota por la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	5	20.0
Indiferente	8	32.0
Acuerdo	12	48.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

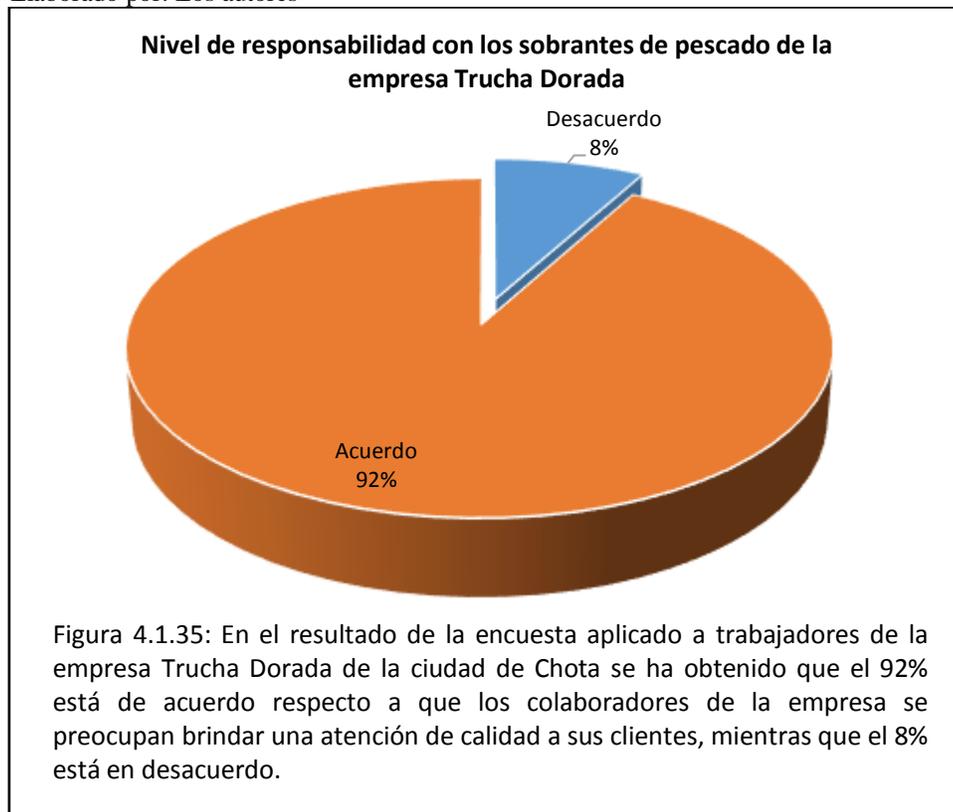
Tabla 4.1.35

Nivel de responsabilidad con los sobrantes de pescado de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

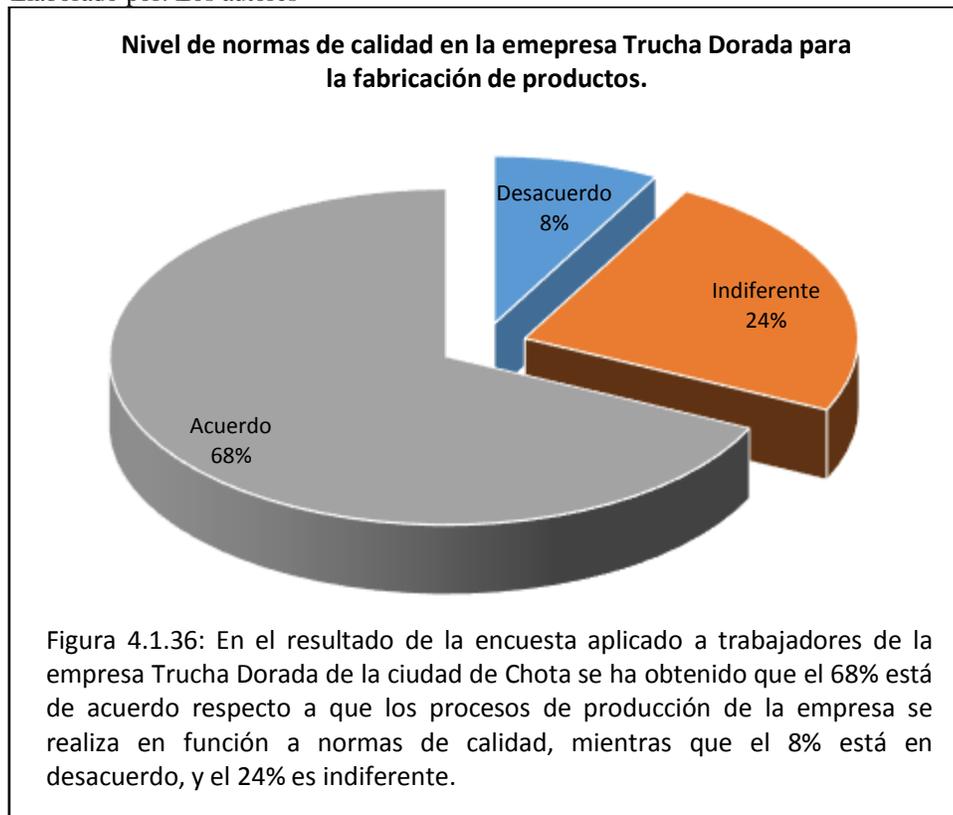
Tabla 4.1.36

Nivel de normas de calidad en la empresa Trucha Dorada para la fabricación de productos.

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Indiferente	6	24.0
Acuerdo	17	68.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

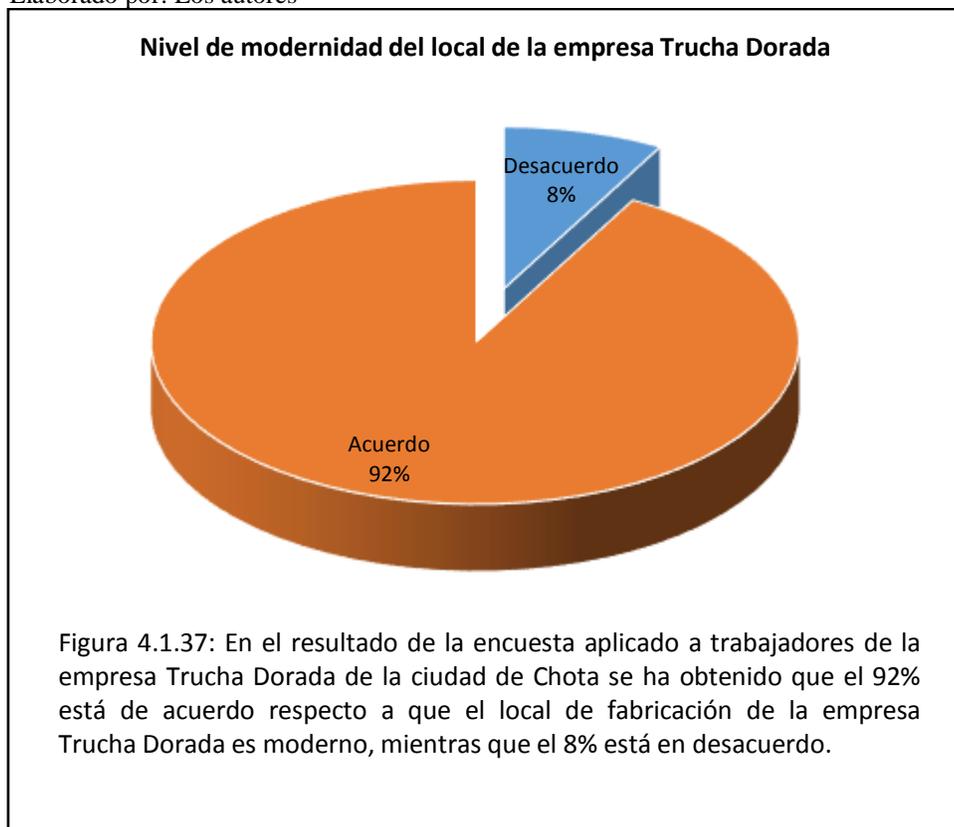
Tabla 4.1.37

Nivel de modernidad del local de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	2	8.0
Acuerdo	23	92.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

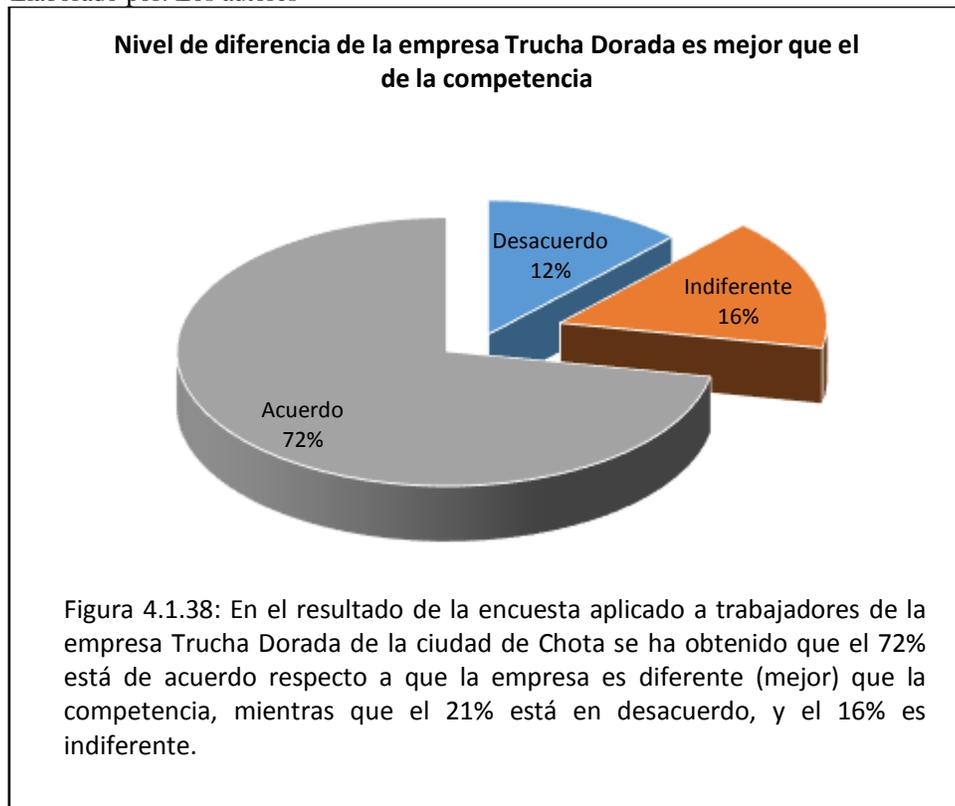
Tabla 4.1.38

Nivel de diferencia de la empresa Trucha Dorada es mejor que el de la competencia

	n	%
Desacuerdo	3	12.0
Indiferente	4	16.0
Acuerdo	18	72.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

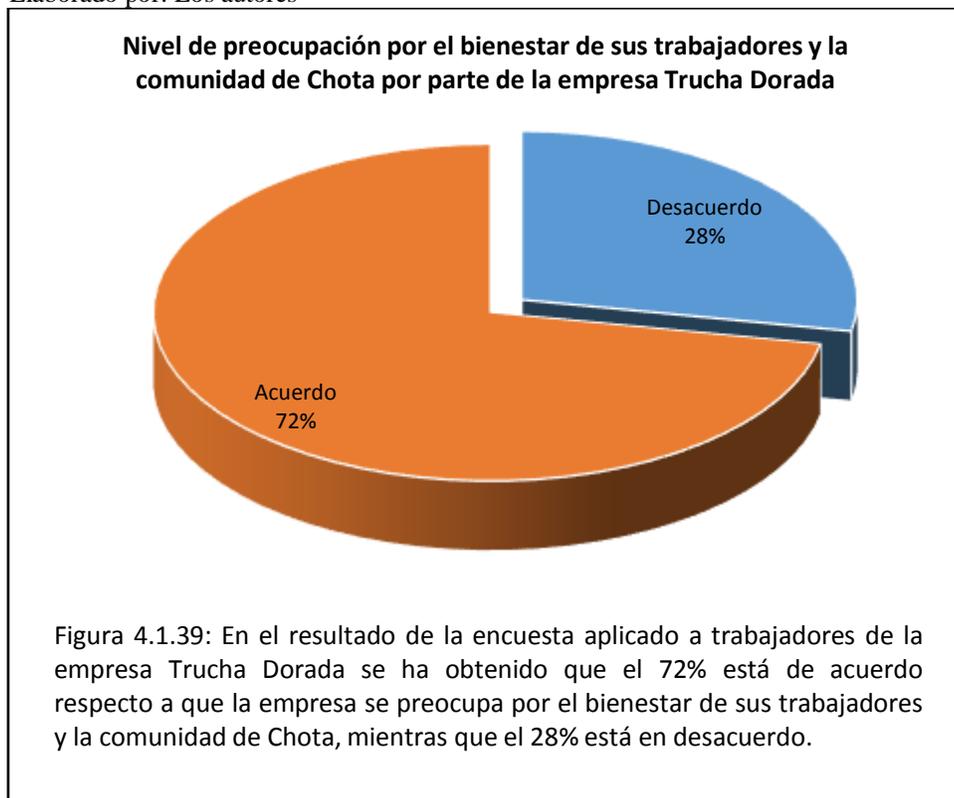
Tabla 4.1.39

Nivel de preocupación por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota por parte de la empresa Trucha Dorada

	n	%
Desacuerdo	7	28.0
Acuerdo	18	72.0
Total	25	100.0

Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta Chota, Setiembre del 2015

Elaborado por: Los autores

4.2. Análisis de relación de variables

En el siguiente cuadro se presenta los resultados del análisis de correlación de Pearson para determinar la relación de las variables: Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad.

		Responsabilidad Social Empresarial	Competitividad
Responsabilidad Social Empresarial	Pearson Correlation	1	,463*
	Sig. (2-tailed)		,020
	N	25	25
Competitividad	Pearson Correlation	,463*	1
	Sig. (2-tailed)	,020	
	N	25	25

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Como se observa en los resultados, a través del análisis de correlación de Pearson, la relación de las variables se encuentra en un valor de ,463*; es decir, se tiene una relación moderada entre la Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad, donde se tiene un nivel de significancia de 0,05 (*) el cual indica el grado de relación entre las variables. Por lo tanto, se puede decir que sí existe relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad, aceptando así H_0 .

Se acepta la siguiente hipótesis:

Hi: Existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad de "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca.

4.3. Discusión de resultados

En el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L. Chota, Cajamarca, los resultados indican que el 31% está de acuerdo respecto a que la empresa realiza charlas con la población chotana respecto al cuidado del medio ambiente, mientras que el 30% está en desacuerdo, y el 39% es indiferente (ver tabla 4); también se ha obtenido que el 40% está de acuerdo respecto a que la empresa se integra para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad, mientras que el 25% está en desacuerdo, y el 35% es indiferente (ver tabla 5). En este sentido, se puede decir que la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa "Trucha Dorada SRL" Chota debe estar dada por el cuidado del medio ambiente y el apoyo a las actividades sociales de Chota. Para Villa (2010) el término responsabilidad social de las empresas (RSE) o responsabilidad empresarial, significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa.

En el diagnóstico de la competitividad de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L.-Chota, Cajamarca, los resultados muestran que el 68% está de acuerdo respecto a que los procesos de producción de la empresa se realiza en función a normas de calidad, mientras que el 8% está en desacuerdo, y el 24% es indiferente (ver tabla 4.1.36); también se tuvo que el 92% está de acuerdo respecto a que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno, mientras que el 8% está en desacuerdo (ver tabla 4.1.37); y el 72% está de acuerdo respecto a que la empresa es diferente (mejor) que la competencia, mientras que el 21% está en desacuerdo, y el 16% es indiferente (ver tabla 4.1.38). Se puede decir que la competitividad de la empresa "Trucha Dorada SRL" está dada por los

procesos de producción de calidad por lo que los pobladores la consideran diferente (mejor) que la competencia. Pérez,(2008) define a la competitividad como la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan, entendiéndose por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a estos”.

En cuanto a elaborar una propuesta de responsabilidad social empresarial para la empresa “Trucha Dorada”, se ha obtenido que el 48% está de acuerdo respecto a que la empresa destina recursos económicos para actividades sociales en la ciudad de Chota, mientras que el 20% está en desacuerdo, y el 32% es indiferente (ver tabla 4.1.34). En este caso se ha podido identificar que la empresa no destina suficientes recursos para realizar actividades de responsabilidad social, por lo tanto, una propuesta de responsabilidad social empresarial es necesaria en “Trucha Dorada”. Para Martínez, (2010) el compromiso ético que debe tener el empresario se refiere a un conjunto de principios, valores, patrones, prohibiciones e ideales de vida buena que conforman un sistema, propio de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico, y se refleja en una particular forma de vida de la mayoría de los miembros de una sociedad.

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

5.1. Introducción

En los últimos 70 años la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) comenzó a nombrarse y a estudiarse en el ámbito académico y a tener sus primeras aplicaciones en el ámbito empresarial. Particularmente a finales del siglo pasado y lo que lleva corrido del presente, comenzó a tener una relevancia particular como término y como práctica. La RSE surge, entonces, como una exigencia externa de los grupos de interés, que reclaman a la empresa considerar los efectos, hasta el momento, tradicionalmente perjudiciales de sus actuaciones sobre los diferentes stakeholders. La empresa a finales del siglo pasado dejó de ser concebida únicamente como el agente indispensable en el ciclo económico para generación de salarios y tributos, que repercuten en incremento del consumo y del gasto fiscal, para convertirse hoy en día en un agente social que trasciende un interés netamente económico. Desde el interior de la empresa se comenzó a entender que el ser humano es el factor más importante de éxito en el mercado, que los trabajadores no son un activo más, sino seres humanos, dentro de una sociedad; se entendió que la empresa se desarrolla en un entorno social y que ese entorno está compuesto por personas, pertenecientes a una comunidad y que la actividad de la empresa las influye directamente; se entendió que las fronteras de la empresa van más allá de la construcción que delimita su edificación y que el impacto que genera se ve reflejado en el medio ambiente, proveedores, accionistas, gobierno, clientes, familias empleados, comunidad, colaboradores etc. Los empresarios entendieron que tenían un poder social gigantesco en sus manos, poder que debían entender como una responsabilidad con la sociedad. Responsabilidad que primeramente

debe ser asumida por los directivos para después ser contagiada a toda la organización. Porque lo más importante de ser consciente de la realidad que supone la responsabilidad de la empresa, es que la empresa como agente social tiene el potencial de ser transformadora de sociedad y por tanto, debe ejecutar su posibilidad de generar bien común.

En la empresa Trucha Dorada de Chota – Cajamarca es necesario conocer las necesidades que tiene y debe tener con los trabajadores y con la sociedad ya que la administración moderna exige una gestión ética de las empresas, es decir que sean empresas socialmente responsables; de esta manera sería posible lograr tener ventajas competitivas que la diferencien de la competencia. Por lo tanto, establece una investigación orientada a analizar la RSE y competitividad de la empresa Trucha Dorada.

5.2. Objetivo de la propuesta.

Elaborar estrategias de responsabilidad social empresarial para la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca, con el fin de que esta sea más competitiva.

5.2. Fundamento teórico de la propuesta

Para Villa, (2010) el término responsabilidad social de las empresas (RSE) o responsabilidad empresarial, significa garantizar el éxito de una empresa integrando consideraciones sociales y medioambientales en las actividades de la empresa. En otras palabras, satisfacer la demanda de los clientes y gestionar, al mismo tiempo, las expectativas de otras partes interesadas: los trabajadores, proveedores y la comunidad de su entorno. Contribuir de forma positiva a la sociedad gestionando el impacto

medioambiental de la empresa. La RSE puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa.

Vives y Peinado, (2012) manifiestan que las estrategias de RSE toman como punto de partida el reconocimiento de las demandas de los diversos grupos de interés y la búsqueda de resultados en lo que se denomina la triple línea básica con respecto al logro de resultados económicos, sociales y medioambientales mediante sistemas de gestión integrales.

Como articular la RSE con la estrategia empresarial: la estrategia será la manera como una organización se relaciona con su entorno y garantiza la supervivencia, su viabilidad y su crecimiento para cumplir con su misión en la sociedad, donde es muy importante la función relacional de la empresa con los grupos de interés como actores claves que condicionan su existencia y su posibilidad de crecimiento.

Las expectativas de los grupos de interés: la diversidad de grupos de interés con los que interactúa la empresa hace necesario aplicar criterios para la priorización de sus demandas, como primer paso será identificar a los principales grupos y determinar el nivel de oportunidades o riesgos que se desprenden de la interacción con cada uno de ellos.

Alineando la RSE con la estrategia de la empresa: una vez recogidas las expectativas y demandas de los agentes sociales, es necesario complementar este listado con algunas otras posibles acciones que provienen de un análisis más amplio, en este sentido para pasar de una actitud de escucha a una autocrítica y propuesta, se puede recurrir a tradicionales herramientas de las teorías de la gestión estratégica y llevar a

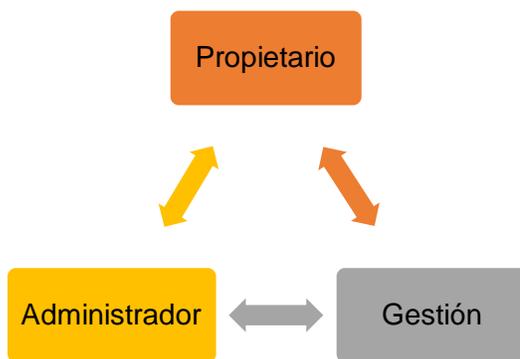
cabo un análisis de los aspectos positivos y negativos que se generan de cada actividad de la cadena de valor de la empresa.

5.3. Modelo de Responsabilidad Social para la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca.

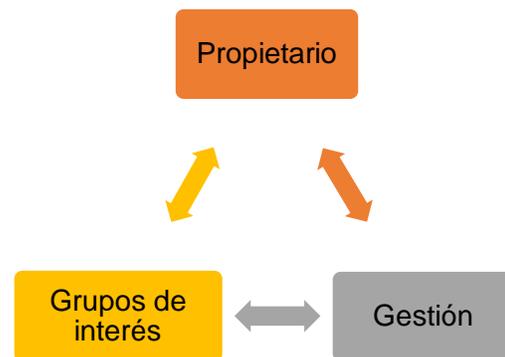
a. Nuevo modelo de toma de decisiones

Para adoptar la Responsabilidad Social Empresarial en la gestión regular de la empresa Trucha Dorada de Chota – Cajamarca, el primer paso es estar dispuesto a cambiar el tradicional modelo de toma de decisiones por un modelo de Responsabilidad Social Empresarial y responder ciertas preguntas y dilemas éticos claves.

Sin propuesta



Con propuesta



Fuente: Elaboración propia.

El modelo de toma de decisiones debe estar enfocado en los grupos de interés como parte de la responsabilidad social de la empresa. Los grupos de estaría enfocado en propietarios, trabajadores, comunidad local.

5.4. Políticas de Responsabilidad Social Empresarial para “Trucha Dorada”.

1. El Recurso Humano que labora dentro de la empresa “Trucha Dorada”, constituye el primer grupo objetivo de la política de Responsabilidad Social Empresarial, y por ello se le concede prioridad al conjunto de políticas y programas de personal que garanticen su desarrollo y bienestar como soporte de su buen desempeño y satisfacción.

2. Las empresas proveedoras de “Trucha Dorada”, en especial aquellas cuyo personal comparte rutinas operativas con personal de la empresa, certificarán un comportamiento socialmente responsable con su personal.

3. El compromiso del trabajador de “Trucha Dorada” con la gestión del conocimiento, actuará como uno de los principales ejes rectores de los planes específicos de RSE, tanto en el frente interno como externo, dando prioridad a la educación en temas tales como capacitación, voluntariado docente, vínculos con universidades y escuelas técnicas, programas culturales, entre otros.

4. En la ejecución del trabajo en “Trucha Dorada”, las relaciones con la comunidad deben desarrollarse en un marco positivo de armonía y mutuo respeto, para lo cual la empresa impulsa y realiza actividades que contribuyen al desarrollo sostenible de la comunidad en la que opera.

5. En “Trucha Dorada” se debe contar con una comisión responsable de la asesoría, difusión y regulación de las políticas y acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), bajo la dirección de su gerente.

6. Es responsabilidad de la Gerencia General de “Trucha Dorada”, con la participación de la Comisión de RSE, el respaldar la presente política, diseñando, ejecutando, controlando y evaluando el cumplimiento de los planes que den testimonio de un comportamiento empresarial socialmente responsable dentro de la empresa así como con la comunidad vinculada a ella.

7. Los recursos materiales y/o humanos que las empresa “Trucha Dorada” asignen al objetivo de RSE, darán prioridad a aquellas actividades vinculadas al desarrollo de infraestructura social educativa de alcance vecinal, para ello dotarán de locales o equipos que contribuyan a mejorar el acceso a una educación moderna, prioritariamente a través del uso responsable de los recursos de la organización.

8. El Gerente de “Trucha Dorada” es responsable de la RSE en la empresa, ejecutando y controlando que se cumpla con el plan de RSE e impulsando en todo el personal, incluido el de subcontratistas, un compromiso creciente con la filosofía y valores de la RSE.

9. La RSE se incorpora a los sistemas de gestión operativa de la empresa “Trucha Dorada” y como tal deberá traducirse en planes, acciones y objetivos auditables, que formarán parte de la evaluación individual ejecutiva de sus miembros y del Balance Social Anual.

Estas políticas deberán difundirse a todos los niveles de la organización y su cumplimiento será responsabilidad de la gerencia de “Trucha Dorada”.

5.5. Estrategias de solución

a. Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para el ámbito social.

Estrategia: Programas de capacitación al personal y comunidad en su conjunto por conservar el medio ambiente.

Acciones:

Gran parte de las empresas solo realizan acciones de RSE puntuales o a corto plazo que son poco eficaces y en muchos casos no tienen nada que ver con sus operaciones. Este tipo de políticas son percibidos por el resto de la sociedad como medidas oportunistas o de marketing social, pero no de verdadero compromiso social con la comunidad. Una gestión seria de RSE tendría que tener objetivos más duraderos en el tiempo y con metas sociales claras, es por ello que la estrategia de la empresa “Trucha Dorada” sus acciones estará destinadas a capacitar concientizar a su personal a los proveedores y los pobladores ya que son los aliados y los que perciben la responsabilidad social de la empresa para el medio ambiente.

Estrategia: Educar y utilizar la responsabilidad social y fomentarlo.

Acciones:

Sensibilizar y educar a proveedores de “Trucha Dorada” sobre la responsabilidad social, como una buena práctica para lograr más y mejor RSE.

Demostrar con hechos a otros integrantes de la sociedad los beneficios de una gestión responsable.

b. Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para el ámbito económico.

Estrategia: Brindar oportunidades de trabajo a los profesionales egresados de la localidad en la empresa “Trucha Dorada” de Chota – Cajamarca.

Acciones:

Brindar apoyo a estudiantes en prácticas pre-profesionales de carreras universitarias y técnicas a estudiantes de la provincia de Chota.

Implementar un programa de bolsa de trabajo para profesionales egresados de la Universidad Autónoma de Chota.

Estrategia: Implementar políticas salariales justas en función al puesto de trabajo en la empresa “Trucha Dorada” de Chota.

Acciones:

Proporcionar un salario equitativo y constante a los empleados de acuerdo con sus capacidades, funciones y responsabilidades.

Comunicar que el personal sepa que la empresa tiene parámetros básicos, estudiados y justos para la asignación salarial.

Alentar al personal a mejorar sus conocimientos y capacidades para que ascienda dentro de la empresa en busca de una mejor asignación salarial.

Planear una mejor y más definida asignación de recursos de la empresa para el pago de salarios.

c. Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para el ámbito medioambiental.

Estrategia: Implementar procesos de calidad en la producción de la empresa “Trucha Dorada”.

Acciones:

Información: Se debe elaborar folletos informativos sobre la importancia de la calidad en los procesos de trabajo para comunicar lo que la empresa necesita de sus colaboradores.

Planificación: Se debe diseñar cada proceso de trabajo y plantar mejoras tratando de eliminar actividades que no generan valor al trabajo.

Desarrollo: Una vez que se haya planificado, es necesario implementar las mejoras establecidas en los procesos de trabajo de esta manera se espera mejorar cada etapa de los procesos de trabajo y ahorrar al máximo los recursos de la empresa.

Capacitación: La capacitación es un factor importante en los colaboradores. Con un programa de capacitaciones frecuentes en Trucha Dorada se va a mejorar las competencias de los trabajadores y aportarán un mayor valor a la empresa.

Estrategia: Implementar purificadores para minimizar la emisión de CO₂ al medio ambiente por la producción de la empresa Trucha Dorada, y complementar con un programa de reciclaje.

Acciones:

Búsqueda de proveedores.

Contactar a proveedores.

Adquirir purificadores para reducir la contaminación del medio ambiente.

Elaborar programa de reciclaje en la empresa que debe ser comunicado a todo el personal.

Implementar recipientes para separar la basura según sus características (vidrios, papel, alimentos, etc.)

5.6. Comunicación de la responsabilidad social

La reputación social es la opinión o calificación de los grupos de interés y público sobre el comportamiento de la empresa. Incluye a sus empleados, proveedores como con al resto de los sectores de la comunidad. En cambio la imagen corporativa es el conocimiento y la penetración de las acciones de marketing y publicidad de la empresa. Para que la reputación corporativa sea solida se debe tener una gestión responsable dentro y fuera de la organización para crear valor y lograr una buena reputación social que impactara en una positiva imagen corporativa. Por lo tanto la empresa Trucha Dorado dentro de sus actividades está el desarrollo de su reputación pero gracias al trabajo en conjunto con la comunidad donde se velen por el interés de la empresa y el pueblo.

La comunicación interna de la responsabilidad social empresarial, se basa en que se involucran a sus colaboradores en las acciones que se implementan hacia el exterior de la empresa, logrando despertar en los empleados grandes satisfacciones y ganas de trabajar cada día más por un mundo mejor, ya que es un hecho que la persona no es una realidad acabada y menos estática, es una realidad dinámica en constante devenir que alimenta su espíritu a través de las relaciones con los demás y es por

esto que se piensa que proyectan hacia los demás, acciones que al significar una donación del ser, expresan la libertad como reflejo de su responsabilidad ante la realidad que lo circunda.

La adecuada gestión de la comunicación, que se produce en torno al desarrollo de esas actividades y en la relación con los grupos de interés, es esencial para informar de lo que la empresa “Trucha Dorada” está haciendo y para mantener un diálogo permanente con esos grupos. La gestión estratégica de las relaciones con los grupos de interés (stakeholders) se basa en el conocimiento profundo de los diferentes colectivos con los que se interrelaciona y, al mismo tiempo, se ven afectados por sus actividades, ya que no se pueden satisfacer sus expectativas si estas no se conocen. El objetivo del plan es facilitar el seguimiento de las expectativas de esos grupos y establecer un modelo de comunicación con todos ellos.

A través de la comunicación corporativa la empresa “Trucha Dorada” logrará la integración de las diferentes formas de comunicación que se dan en una empresa, buscando el fortalecimiento de su identidad con el fin de proyectarse en mejor imagen y posicionamiento. La comunicación corporativa es la integración de todas las formas de comunicación en una organización (tanto de presentación como de representación), con el propósito de fortalecer y fomentar su identidad y, por efecto, mejorar su imagen corporativa.

5.7. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial en Trucha Dorada.

El modelo de gestión de Responsabilidad Social en la empresa “Trucha Dorada” permitirá asumir los cambios como una oportunidad y no

como una amenaza, con lo cual se generan una serie de beneficios en los siguientes ámbitos:

Se dará una gestión de la reputación, al cumplir las expectativas de los grupos de interés.

Se dará una gestión de riesgos, en el ámbito medio ambiental y de relaciones laborales.

Habrá un reclutamiento de empleados, motivación, retención y atracción de talentos.

Se dará mejoras en las relaciones con inversores y acceso a capital.

Habrá un aprendizaje e innovación, al generar productos social o ambientalmente beneficiosos.

Se logrará ser competitivo y tener un posicionamiento en el mercado, al responder a los requerimientos socio ambiental de los consumidores de Chota.

Se logrará una eficiencia operacional, mediante la aplicación de eco eficiencia, reducción de materias primas y residuos.

5.9. Plan de acción para el desarrollo de las estrategias

	Estrategia	Acciones	Medios de comunicación	Responsable	Periodo	Inversión
Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para el ámbito social.	Programas de capacitación al personal y comunidad en su conjunto por conservar el medio ambiente.	Elaboración del plan de capacitación para los trabajadores sobre responsabilidad social.	Medios impresos	Gerencia general y administración de la empresa	1 mes	S/ 1,200
		Implementación del programa de capacitación para personal sobre responsabilidad social.	Directamente a los trabajadores	Gerencia general y administración de la empresa	3 días	S/ 2,000
		Elaboración del programa de capacitación para los pobladores de Chota sobre responsabilidad social.	Medios impresos	Gerencia general y administración de la empresa	1 mes	S/ 1,200
		Implementación del programa de capacitación para los pobladores de Chota sobre responsabilidad social.	Directamente a los pobladores	Equipo de la empresa	1 día	S/ 5,000
	Educación y utilizar la responsabilidad social y fomentarlo.	Sensibilizar y educar a proveedores de Trucha Dorada sobre la responsabilidad social, como una buena práctica para lograr más y mejor RSE.	Folletos.	Equipo de la empresa	Permanente	S/ 500
Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para el ámbito económico.	Brindar oportunidades de trabajo a los profesionales egresados de la localidad en la empresa Trucha Dorada de Chota – Cajamarca.	Brindar apoyo a estudiantes en prácticas pre-profesionales de carreras universitarias y técnicas a estudiantes de la provincia de Chota.	Medios impresos, radio	Gerencia general de la empresa	1 año	S/ 6,000
		Implementar un programa de bolsa de trabajo para profesionales egresados de la Universidad Autónoma de Chota.	Medios impresos, radio	Gerencia general de la empresa		S/ 10,000
	Implementar políticas salariales justas en función al puesto de	Proporcionar un salario equitativo y constante a los empleados de acuerdo con sus capacidades, funciones y responsabilidades.	Comunicados en la empresa	Gerencia general de la empresa	1 año	

	trabajo en la empresa Trucha Dorada de Chota.	Comunicar que el personal sepa que la empresa tiene parámetros básicos, estudiados y justos para la asignación salarial.	Folletos	Gerente de recursos humanos		S/ 500	
		Alentar al personal a mejorar sus conocimientos y capacidades para que ascienda dentro de la empresa en busca de una mejor asignación salarial.	Folletos	Gerente de recursos humanos		S/ 500	
		Planear una mejor y más definida asignación de recursos de la empresa para el pago de salarios.	Comunicados en la empresa	Jefe de recursos humanos			
Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para el ámbito medioambiental	Implementar procesos de calidad en la producción de la empresa Trucha Dorada.	Elaborar folletos informativos sobre la importancia de la calidad en los procesos de trabajo para comunicar lo que la empresa necesita de sus colaboradores.	Trípticos	Jefe de producción	Semestral	S/ 1,600	
		Diseñar cada proceso de trabajo y plantar mejoras tratando de eliminar actividades que no generan valor al trabajo.	Comunicados en la empresa	Jefe de producción	Anual	S/ 3,500	
		Implementar las mejoras establecidas en los procesos de trabajo de esta manera se espera mejorar cada etapa de los procesos de trabajo y ahorrar al máximo los recursos de la empresa.	Comunicados en la empresa	Jefe de producción y equipo designado	Anual	S/ 5,000	
		Con un programa de capacitaciones frecuentes en Trucha Dorada se va a mejorar las competencias de los trabajadores y aportarán un mayor valor a la empresa.	Material impreso	Consultor externo		S/ 2,500	
	Implementar purificadores para minimizar la emisión de CO2 al medio ambiente por la producción de la empresa Trucha Dorada, y complementar con un programa de reciclaje.	Búsqueda de proveedores.	Internet	Gerencia general de la empresa	Permanente		
		Contactar a proveedores.	Teléfono	Gerencia general de la empresa			
		Adquirir purificadores para reducir la contaminación del medio ambiente.	Medios impresos	Accionistas de la empresa		S/ 25,000	
		Elaborar programa de reciclaje en la empresa que debe ser comunicado a todo el personal.	Medios impresos	Consultor externo		S/ 500	
		Implementar recipientes para separar la basura según sus características (vidrios, papel, alimentos, etc.)	Dípticos	Proveedor		S/ 800	
	TOTAL INVERSIÓN						S/ 65,800

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Se ha determinado la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad de "Trucha Dorada SRL" Chota-Cajamarca, a través del análisis de correlación de Pearson, la relación de las variables se encuentra en un valor de 0,463*; es decir, se tiene una relación moderada entre la Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad; por lo tanto, se puede decir que sí existe relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad, aceptando así H_1 que indica que existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad de "Trucha Dorada SRL" Chota – Cajamarca.

1. La Responsabilidad Social Empresarial de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca carece de programas con charlas informativas a la población sobre el cuidado del medio ambiente, la falta de apoyo a las actividades culturales de la localidad, además la empresa promueve muy poco la capacitación para sus trabajadores.
2. La competitividad de la empresa "Trucha Dorada" S.R.L- Chota , Cajamarca, está dado por la eficiencia en los procesos de producción ya que se trata de dar calidad a los procesos de negocio lo que ha tenido como efecto que los pobladores consideren la empresa como diferente (mejor) en relación a la competencia, además cuenta con una moderna infraestructura.
3. En cuanto a elaborar una propuesta de responsabilidad social empresarial para la empresa "Trucha Dorada", se ha podido identificar que la empresa no destina suficientes recursos económicos para realizar actividades de responsabilidad social empresarial, por lo tanto,

una propuesta de responsabilidad social empresarial en necesario en “Trucha Dorada”.

6.2. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa "Trucha Dorada" S.R.L la implementación de la propuesta de investigación con el fin de lograr mejoras dentro de la competitividad de la empresa, de tal forma que pueda diferenciarse de la competencia.

1. Se recomienda a la empresa "Trucha Dorada" S.R.L- Chota , Cajamarca brindar charlas informativas a la comunidad chotana con el fin de concientizar a los pobladores respecto al cuidado del medio ambiente, además es necesario brindar apoyo a la comunidad integrarse en actividades culturales, sociales que se den en la ciudad y preocuparse en por promover la capacitación de sus trabajadores
2. Es importante que la empresa "Trucha Dorada" S.R.L- Chota, Cajamarca continúe operando con procesos de producción de calidad de tal forma que se mantenga esta fortaleza diferenciadora que los pobladores reconocen en la empresa.
3. La propuesta de investigación debe ser implementada en la empresa "Trucha Dorada" a través de un seguimiento de las estrategias, de tal forma que se pueda obtener los mejores resultados, tanto para la empresa como para la comunidad.

REFERENCIAS

- Abreu, L. (2007). Business ethics education in business schools: a commentary *Journal of Management Education*. Thousand Oaks: Feb 2006.Vol.30, Iss. 1; pg. 11, 4 pgs
- Alic, H. (1997). Conceptos de Competitividad. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/246.htm>
- Boatright, J. (2000) *Ethics and the Conduct of Business*, 3rd Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Camisón, C. y Dolmau, J. (2009). *Introducción a los Negocios y su Gestión*. Pearson Educación. España.
- Cano, J. (2011). Percepción de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial en los Ejecutivos de Monterrey. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/2331/1/1080049373.pdf>
- Castillo, C. (2010). Análisis de la Responsabilidad Social Ejercida por el Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita. Recuperado de <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/41572?show=full>
- Caresani (2010). Modelos de Conductas Tecnológicas y su Impacto en la Competitividad Empresarial. Recuperado de <https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/8414/tesisUPV3309.pdf>
- Cárdenas, D. (2014). La influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el Comportamiento del Consumidor de Compra de

los Consumidores en el Distrito de Trujillo. Recuperado de <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/41572?show=full>

Cueto, F. (2015). *Análisis de la responsabilidad social corporativa de las grandes ciudades*. Madrid: Esic Editorial.

Doner, R. (2006). *La promoción de empresas sostenibles*. Madrid. Deusto Editores.

Donilba, O. (2012). *Gerencia y competitividad en la pequeña empresa. Experiencias de pequeñas empresas en el sector de las tecnologías de la información*. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a98v19n03/24981903.html>

Espinoza, V. (2010). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. México. Interamericana Editores.

European Commission (2002). *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, Green Paper, COM (2001) 366 final*, European Commission, Brussels.

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa: Una Nueva Cultura Empresarial*. Editorial .ECU. España.

Fisher, J. (2004). *Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts* Journal of Business Ethics. Dordrecht: Jul 2004.Vol.52, Iss. 4; pg. 381.

Franklin, J. y Krieger, C. (2011). *Responsabilidad social empresarial*. Madrid: Deusto Ediciones.

- Galuppo, R. (2012). *La Responsabilidad Social Empresarial y sus efectos sobre la identidad corporativa de los trabajadores de las empresas de telecomunicaciones*. Recuperado de http://www.salta.gov.ar/descargas/archivos/ocspdfs/ocs_conceptos_general_s_sobre_la_responsabilidad_social_corporativa.pdf
- Gorrochategui, (2012). *Cumplimiento del principio 10 del pacto global sobre corrupción por parte de las empresas que adhieren a la iniciativa en la Argentina*. Recuperado de http://www.econ.uba.ar/www/servicios/biblioteca/bibliotecadigital/bd/tesis_doc/gorro.pdf
- Godos, D. (2012). *La percepción de la Responsabilidad Social de la Empresa por Parte de la Alta Dirección*. Recuperado de <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/doku/bat/responsabilidadesocialcorporativa.pdf>
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad*. Tercera Edición Editorial Mc Graw Hill
- Hernández, M. (2014). *La Reforma Empresarial Pendiente*. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4703068>
- ISO (2002). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/28403751/31/ISO-26000>
- Instituto de la Calidad PUCP, (2012). *NORMAS ISO*. Recuperado de <http://calidad.pucp.edu.pe/normas-iso/iso-14001>

Invancevich et al (1996). *Calidad y Competitividad*. Competitividad: Madrid. General Moscardó.

López, G. (2014). El modelo de empresa del siglo XXI. Recuperado de http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCUQFjAB&url=http%3A%2F%2Foretica.org%2Findex.php%2Fbiblioteca%2Flibros-recopilatorios-curso-de-verano%2Fdoc_download%2F31-el-modelo-de-empresa-del-siglo-xxi-hacia-una-estrategia-competitiva-y-sostenible%3Flang%3Des&ei=pYhwVY7WJojRggSZxYDwCA&usg=AFQjCNGfDKBkDf4Im3VZ1XJOSWAPL-UbQw&bvm=bv.94911696,d.eXY

Marquina, P. (2012). *La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos*. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1606?show=full>

Martínez, H. (2010). *Liderazgo Responsable*. Ecoe Ediciones. Bogota.

Mejía, A. (2013). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. España: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Melendrez, Y. y Sánchez, J. (2015). *Percepción de la Población Tumanéña como Factor de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Agroindustrialtumán S.A.A. Pimentel, Perú*. Universidad Señor de Sipán.

- Narcido (2011). De la micro competitividad a la competitividad nacional. Recuperado de <http://es.slideshare.net/narmestar/de-la-micro-competitividad-a-la-competitividad-nacional>
- Pérez, J. (2008). Introducción a la economía de la empresa. Madrid. Ediciones Díaz de Santos.
- Peña, A. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México: Interamericana Editores.
- Pineiro, (1993) .Mapas de Competitividad Internacional del Limón. Editorial Universidad de Almería. España
- Porter, M. (2006). Estrategia y Ventaja Competitiva. Colombia: Ediciones Deusto.
- Porter, M. (2008). Ventaja Competitiva. Editorial Continental S.A. De C.V. México.
- Robira, C. (2012). Responsabilidad Social Competitiva. Recuperado de <http://www.compromisorse.com/opinion/consejero-delegado/grupo-sifu/cristian-rovira/responsabilidad-social-competitiva/2010-12-22/>
- Rodríguez, I. (2012). Principios y estrategias de marketing. Revista Business.
- Stoner, J. (2008). Dirección estratégica de la empresa. Madrid. Esic Editorial.
- Spinola, G. (2013). Argentina investiga. Recuperado de http://argentinainvestiga.edu.ar/resultado_busqueda.php?palabras_claves=maestr%EDas#.VXnfgu_H_IU

- Uribe, M. (2010). Gerencia de servicio: Alternativa Para la Competitividad. Editorial de la U. Bogotá.
- Urrutia, A. (1994). Importancia de la Competitividad. Recuperado de <http://www.ceipa.edu.co/sitio/Ser%20-%20Competitivo>
- Villa, R. (2010). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial. Madrid: Deusto.
- Vives, A. y Peinado, E. (2012). La Responsabilidad Social de la Empresa en America Latina. Editorial Banco Interamericano de Desarrollo.
- Zúñiga, A. (2014). Responsabilidad Social y la Percepción del consumidor desde la dimensión económica. Recuperado de <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/2382/1/RI001917.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
¿Cuál es la relación entre la responsabilidad Social Empresarial y Competitividad en "Trucha Dorada SRL"–Chota, Cajamarca?	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada SRL" Chota – Cajamarca.</p> <p>Objetivos específicos: 1. Diagnosticar la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa "Trucha Dorada SRL" Chota – Cajamarca. 2. Diagnosticar la competitividad de la empresa "Trucha Dorada SRL" Chota – Cajamarca. 3. Elaborar una propuesta de responsabilidad social empresarial para la empresa "Trucha Dorada SRL".</p>	<p>Hi: Existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada SRL" Chota – Cajamarca.</p> <p>H0: No existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en "Trucha Dorada SRL" Chota – Cajamarca.</p>	Responsabilidad Social Empresarial	Ámbito social	Nivel Empleo
					Nivel Formación
					Nivel Integración
				Ámbito económico	Ética
					Capacidad de innovación
					Nivel Eficiencia operacional
			Ámbito medioambiental	Nivel Impacto medioambiental	
				Uso de recursos	
			Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores
			Competitividad	Eficiencia	Nivel Eficiencia de actividades
					Nivel Calidad de servicio
					Mejora continua
				Ventaja comparativa	Características del servicio
Nivel Calidad de productos					
Nivel Calidad de infraestructura					
Valor	Factores diferenciales				
	Nivel Percepción de la empresa				

Anexo 2: Breve reseña de la empresa

EMPRESA “TRUCHA DORADA S.R.L”

La empresa trucha dorada fue constituida en el año 2002 por el señor Víctor Saucedo Rimarachin esta Ubicada en la provincia de Chota - Cajamarca, a 45 minutos de la ciudad en el Centro Poblado “El Campamento”, desarrollada mediante el aprovechamiento de las aguas del Rio Conchano, en la que recientemente se obtuvo la certificación ambiental por parte de la Dirección General de Asuntos Ambientales del Ministerio de la Producción. Su principal actividad de la empresa es la producción de trucha en conserva, pero además tiene la crianza de trucha el cual lo pone a la venta del público en un puesto en el mercado de abastos de la provincia de chota, la trucha es ofrecida por kilos, la empresa no puede abastecerse en su totalidad, si no que recolecta la trucha de 40 pequeños productores de la provincia, así como de Cutervo y Hualgayoc, para producir un promedio de 100 TM anuales. Trucha Dorada es la primera planta enlatada de trucha en el Departamento de Cajamarca y que eso permitirá satisfacer la creciente demanda de esta especie en el mercado local y ciudades como Chiclayo, Trujillo y Lima. Así mismo la compra de los alevines lo realiza en la Granja - Porcón como todos los productores de la Región Cajamarquina gracias al programa de Sierra Exportadora que fomenta la crianza de trucha.

La empresa trucha dorada actualmente cuenta 25 trabajadores.

Anexo 3: validación de encuestas

CARTILA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Onesimo Mejo Nuñez.
2. PROFESIÓN	Ingeniero en Administración
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Doctor en Administración
4. ESPECIALIDAD	Recursos Humanos
5. EXPERIENCIA	07 años
6. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Universidad Señor de Sipán
7. CARGO	Director Gestión Docen
<u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	
"Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad Trucha Dorada SRL" Chota -Cajamarca	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Díaz Torres Leodan Salazar Rugel Ronie Junior
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Tipo Encuesta Contexto: Autoadministrado
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	

<p>D. DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 17 preguntas y están dirigidos a los pobladores de Chota y esta ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>8. INSTRUCCIONES</p> <p>EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ÍTEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	
<p>9. PREGUNTAS</p>	
<p>1. ¿La empresa Trucha Dorada fomenta la promoción de empleo en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Trucha Dorada realiza charlas con la población chotana respecto al cuidado del medio ambiente?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿La empresa Trucha Dorada se integra para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Usted observa que la empresa Trucha Dorada actúa de manera responsable en el desarrollo de sus actividades?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>5. ¿Usted observa que la empresa Trucha</p>	

Dorada utiliza tecnología para la fabricación de sus productos?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
6. ¿Las actividades de la empresa Trucha Dorada afectan el bienestar de las familias chotanas?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
7. ¿La empresa Trucha Dorada arroja basura en lugares inapropiados y afecta el ambiente saludable de la localidad?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
8. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza recursos como el agua que usa para su producción de manera responsable?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
9. ¿Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
10. ¿La empresa tiene buenas relaciones con la población de Chota de tal forma de sus actividades no afectan la tranquilidad de la población?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
11. ¿Usted se considera satisfecho con la atención que le brinda los trabajadores de la empresa Trucha Dorada?	TA ()	TD ()
	SUGERENCIAS:	
12. ¿Usted observa que la empresa Trucha		

Dorada realiza actividades sociales que favorecen la comunidad de Chota?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
13. ¿La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de atención que brinda a sus clientes?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
14. ¿La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de productos que brinda a sus clientes?	TA (<input type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
15. ¿Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
16. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
17. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>14</u>	N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:		
OBSERVACIONES:		

FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO


.....
Dr. Onésimo Mego Nuñez
MBA. Lic. Administración
GLAD-02848

CARTILA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Cresimo Mejo Wunz
2. PROFESIÓN	Juencado en Administración
3. TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Doctor en Administración
4. ESPECIALIDAD	Recursos Humanos.
5. EXPERIENCIA	07 años
6. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Universidad Señor de Sipan
7. CARGO	Director Científico FACEM
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
"Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad Trucha Dorada SRL" Chota -Cajamarca	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Díaz Torres Leodan Salazar Rugel Ronie Junior
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Tipo Encuesta Contexto: Autoadministrado
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	

<p>D. DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 17 preguntas Y están dirigidos a los trabajadores de la Empresa Trucha Dorada SRL y esta ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>8. INSTRUCCIONES</p> <p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	
<p>9. PREGUNTAS</p>	
<p>1. ¿La empresa Trucha Dorada promueve la estabilidad en el empleo de sus colaboradores?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Trucha Dorada promueve la capacitación para el desarrollo de sus trabajadores?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿La empresa Trucha Dorada destina recursos económicos para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿La empresa Trucha Dorada fomenta políticas de ética empresarial?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

<p>5. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza maquinaria de última generación para la producción de sus productos?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Los procesos de trabajo de la empresa Trucha Dorada respetan la tranquilidad de las familias de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Los desechos de la empresa son puestos de manera responsable en lugares donde no afecte a la población ni el medio ambiente?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza recursos (agua) son cuidados de manera responsable y sin desperdiciarlo?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Las actividades de la empresa Trucha Dorada se realizan con normalidad y sin inconvenientes en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>11. ¿La empresa Trucha Dorada se preocupa por brindarle una atención de calidad?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

<p>12. ¿La empresa destina recursos económicos para actividades sociales en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>13. ¿Los trabajadores de la empresa Trucha Dorada se preocupan brindar una atención de calidad a sus clientes?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>14. ¿Los procesos de fabricación de la empresa Trucha Dorada se realiza en función a normas de calidad?</p>	<p>TA (<input type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>15. ¿Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>16. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>17. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota?</p>	<p>TA (<input type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>17</u> N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	

FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO

Dr. Orestes Mego Nuñez
MBA. Lic. Administración
CLAD: 02048

CARTILA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	EMILIO RAMOS FERREÑAN
2. PROFESIÓN	Licenciado en administración
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Magister
4. ESPECIALIDAD	Administración y Gestión Empresarial
5. EXPERIENCIA	6 años
6. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Universidad José de Siles
7. CARGO	Docente Tiempo completo
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
"Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad Trucha Dorada SRL" Chota -Cajamarca	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Díaz Torres Leodan Salazar Rugel Ronie Junior
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Tipo Encuesta Contexto: Autoadministrado
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	

<p>D. DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 17 preguntas y están dirigidos a los pobladores de Chota y esta ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>8. INSTRUCCIONES</p> <p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	
<p>9. PREGUNTAS</p>	
<p>1. ¿La empresa Trucha Dorada fomenta la promoción de empleo en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Trucha Dorada realiza charlas con la población chotana respecto al cuidado del medio ambiente?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿La empresa Trucha Dorada se integra para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Usted observa que la empresa Trucha Dorada actúa de manera responsable en el desarrollo de sus actividades?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>5. ¿Usted observa que la empresa Trucha</p>	

Dorada utiliza tecnología para la fabricación de sus productos?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
6. ¿Las actividades de la empresa Trucha Dorada afectan el bienestar de las familias chotanas?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
7. ¿La empresa Trucha Dorada arroja basura en lugares inapropiados y afecta el ambiente saludable de la localidad?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
8. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza recursos como el agua que usa para su producción de manera responsable?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
9. ¿Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
10. ¿La empresa tiene buenas relaciones con la población de Chota de tal forma de sus actividades no afectan la tranquilidad de la población?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
11. ¿Usted se considera satisfecho con la atención que le brinda los trabajadores de la empresa Trucha Dorada?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
12. ¿Usted observa que la empresa Trucha		

Dorada realiza actividades sociales que favorecen la comunidad de Chota?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
13. ¿La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de atención que brinda a sus clientes?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
14. ¿La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de productos que brinda a sus clientes?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
15. ¿Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
16. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	
17. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota?	TA (<input checked="" type="checkbox"/>)	TD (<input type="checkbox"/>)
	SUGERENCIAS:	

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>67</u> - N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	


FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO
240545530

CARTILA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Julio Izquierdo Espinosa
2. PROFESIÓN	Lic en Administración
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Magister
4. ESPECIALIDAD	Administración de Empresas
5. EXPERIENCIA	12 años
6. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USS
7. CARGO	Docente a Tiempo Completo
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
"Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad Trucha Dorada SRL" Chota -Cajamarca	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	Díaz Torres Leodan Salazar Rugel Ronie Junior
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Tipo Encuesta Contexto: Autoadministrado
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	

<p>D. DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 17 preguntas y están dirigidos a los pobladores de Chota y esta ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p>8. INSTRUCCIONES</p> <p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	
<p>9. PREGUNTAS</p>	
<p>1. ¿La empresa Trucha Dorada fomenta la promoción de empleo en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Trucha Dorada realiza charlas con la población chotana respecto al cuidado del medio ambiente?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿La empresa Trucha Dorada se integra para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Usted observa que la empresa Trucha Dorada actúa de manera responsable en el desarrollo de sus actividades?</p>	<p>TA (✓) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>5. ¿Usted observa que la empresa Trucha</p>	

Dorada utiliza tecnología para la fabricación de sus productos?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
6. ¿Las actividades de la empresa Trucha Dorada afectan el bienestar de las familias chotanas?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
7. ¿La empresa Trucha Dorada arroja basura en lugares inapropiados y afecta el ambiente saludable de la localidad?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
8. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza recursos como el agua que usa para su producción de manera responsable?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
9. ¿Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
10. ¿La empresa tiene buenas relaciones con la población de Chota de tal forma de sus actividades no afectan la tranquilidad de la población?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
11. ¿Usted se considera satisfecho con la atención que le brinda los trabajadores de la empresa Trucha Dorada?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
12. ¿Usted observa que la empresa Trucha		

Dorada realiza actividades sociales que favorecen la comunidad de Chota?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
13. ¿La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de atención que brinda a sus clientes?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
14. ¿La empresa Trucha Dorada se caracteriza por la calidad de productos que brinda a sus clientes?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
15. ¿Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
16. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	
17. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota?	TA (✓)	TD ()
	SUGERENCIAS:	

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>14</u>	N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:		
OBSERVACIONES:		


FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO
4080233T

CARTILA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Julio Izquierdo Espinoza
2. PROFESIÓN	Lic en Administración
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Magister
4. ESPECIALIDAD	Administración de Empresas
5. EXPERIENCIA	12 años
6. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	UST
7. CARGO	Docente a Tiempo Completo
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
"Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad Trucha Dorada SRL" Chota -Cajamarca	
A. NOMBRE DE LOS TESISAS	Díaz Torres Leodan Salazar Rugef Ronie Junior
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario: Tipo Encuesta Contexto: Autoadministrado
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	

<p>D. DETALLE DEL INSTRUMENTO</p>	<p>El instrumento consta de 17 preguntas Y están dirigidos a los trabajadores de la Empresa Trucha Dorada SRL y esta ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta Investigación.</p>
<p>8. INSTRUCCIONES</p> <p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO O CON EL ITEM "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>	
<p>9. PREGUNTAS</p>	
<p>1. ¿La empresa Trucha Dorada promueve la estabilidad en el empleo de sus colaboradores?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>2. ¿La empresa Trucha Dorada promueve la capacitación para el desarrollo de sus trabajadores?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>3. ¿La empresa Trucha Dorada destina recursos económicos para apoyar las actividades sociales (culturales y deportivas) de la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿La empresa Trucha Dorada fomenta políticas de ética empresarial?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

<p>5. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza maquinaria de última generación para la producción de sus productos?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>6. ¿Los procesos de trabajo de la empresa Trucha Dorada respetan la tranquilidad de las familias de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Los desechos de la empresa son puestos de manera responsable en lugares donde no afecte a la población ni el medio ambiente?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿La empresa Trucha Dorada utiliza recursos (agua) son cuidados de manera responsable y sin desperdiciarlo?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Los sobrantes de pescado en la empresa Trucha Dorada son desechados de manera responsable?</p>	<p>TA (<input type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>10. ¿Las actividades de la empresa Trucha Dorada se realizan con normalidad y sin inconvenientes en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>11. ¿La empresa Trucha Dorada se preocupa por brindarle una atención de calidad?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

<p>12. ¿La empresa destina recursos económicos para actividades sociales en la ciudad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>13. ¿Los trabajadores de la empresa Trucha Dorada se preocupan brindar una atención de calidad a sus clientes?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>14. ¿Los procesos de fabricación de la empresa Trucha Dorada se realiza en función a normas de calidad?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>15. ¿Usted observa que el local de fabricación de la empresa Trucha Dorada es moderno?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>16. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada es diferente (mejor) que la competencia?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>17. ¿Usted diría que la empresa Trucha Dorada se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y la comunidad de Chota?</p>	<p>TA (<input checked="" type="checkbox"/>) TD (<input type="checkbox"/>)</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: <u>13</u> N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	


FIRMA Y SELLO DEL EXPERTO
DNI 40802835

Anexo 4: Análisis de fiabilidad de encuesta a pobladores de Chota

The screenshot shows the SPSS Reliability dialog box and its output. The dialog box is titled "Reliability" and has "Scale: ALL VARIABLES" selected. The output window shows the "Case Processing Summary" and "Reliability Statistics" tables.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	244	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	244	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	17

Anexo 5: Análisis de fiabilidad de encuesta para trabajadores

The screenshot shows the SPSS Reliability dialog box. The left pane shows a tree view with 'Resultado' expanded to 'Reliability', which includes 'Scale: ALL VARIABLES'. The main window displays the following information:

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	25	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	17

Anexo 6: Evidencias Fotográficas





EMPRESA “TRUCHA DORADA S.R.L”

La empresa trucha dorada fue constituida en el año 2002 por el señor Víctor Saucedo Rimarachin esta Ubicada en la provincia de Chota - Cajamarca, a 45 minutos de la ciudad en el Centro Poblado “El Campamento”, desarrollada mediante el aprovechamiento de las aguas del Rio Conchano, en la que recientemente se obtuvo la certificación ambiental por parte de la Dirección General de Asuntos Ambientales del Ministerio de la Producción. Su principal actividad de la empresa es la producción de trucha en conserva, pero además tiene la crianza de trucha el cual lo pone a la venta del público en un puesto en el mercado de abastos de la provincia de chota, la trucha es ofrecida por kilos, la empresa no puede abastecerse en su totalidad, si no que recolecta la trucha de 40 pequeños productores de la provincia, así como de Cutervo y Hualgayoc, para producir un promedio de 100 TM anuales. Trucha Dorada es la primera planta enlatada de trucha en el Departamento de Cajamarca y que eso permitirá satisfacer la creciente demanda de esta especie en el mercado local y ciudades como Chiclayo, Trujillo y Lima. Así mismo la compra de los alevines lo realiza en la Granja - Porcón como todos los productores de la Región Cajamarquina gracias al programa de Sierra Exportadora que fomenta la crianza de trucha.

La empresa trucha dorada actualmente cuenta 25 trabajadores.