

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA
RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DECOBLINDS
DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2023”

Tesis para optar el título profesional de:

Contadora Pública

Autores:

Cecilia Antonia Palomino Arteaga

Katia Paola Torres Krivic

Asesor:

Dr. CPC Walter Christian Bernia León

<https://orcid.org/0000-0002-1963-691X>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Gonzalo Gonzales Castro
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Cesar Jesús Peña Oxolon
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	Walter Christian Bernia Leon
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

Cecilia Antonia Palomino Arteaga Katia Paola Torre...

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DECOBLINDS DEL DISTRIT...

-  UPN 2023
-  Taller de Título
-  Universidad Privada del Norte

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3101945438

Fecha de entrega

4 dic 2024, 9:12 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

4 dic 2024, 12:02 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

Tesis_PALOMINO-TORRES_VFINAL.docx

Tamaño de archivo

367.8 KB

136 Páginas

23,996 Palabras

136,818 Caracteres



20% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 18%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión




No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Fuentes principales

- 18%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos del estudiante Universidad Privada del Norte	3%
2	Internet repositorio.upn.edu.pe	1%
3	Internet repositorio.ucv.edu.pe	1%
4	Internet hdl.handle.net	1%
5	Internet repositorio.uta.edu.ec	1%
6	Internet www.coursehero.com	1%

DEDICATORIA

Agradecemos a Dios Todopoderoso por brindarnos un día más de vida,
permitiéndonos llevar a cabo nuestra tesis y dándonos la fortaleza para avanzar sin
detenemos. A nuestros padres, amistades y docentes, les extendemos nuestro profundo
agradecimiento por su apoyo y guía incondicional.

AGRADECIMIENTO

A mi Padre Todopoderoso, forjador de mi camino, el que me guía y me toma de la mano para seguir con firmeza. A mi esposo y mis hijas por ser el motor que me impulsan a seguir adelante para cumplir mis metas y por siempre brindarme su amor, apoyo y comprensión.

Cecilia Palomino A.

A Dios, creador de todas las cosas, quien me da la fortaleza para seguir adelante cuando mis fuerzas flaquean; a mi hija y mi familia, pilares fundamentales en mi vida, pues gracias a ellos puedo continuar y alcanzar mis metas.

Katia Torres K.

Tabla de contenido

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
1.1 Realidad problemática	14
1.2. Antecedentes	17
1.2.1. Antecedentes Nacionales	17
1.2.2. Antecedentes internacionales	22
1.3. Bases teóricas	27
1.4. Formulación del problema	38
1.4.1. Problema general	38
1.4.2. Problemas específicos	38
1.5. Objetivos	38
1.5.1. Objetivo general	38
1.5.2. Objetivos específicos	38
1.6. Hipótesis	39
1.6.1. Hipótesis general	39
1.6.2. Hipótesis específicos	39
1.7. Justificación.	39
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	42
2.1. Tipo y diseño de investigación	42
2.2. Población y muestra	43
2.3. Técnicas de recopilación de datos, validez y confiabilidad	45
2.4. Procedimiento de tratamiento y análisis de recolección de datos	48
2.5. Aspectos éticos	50
CAPÍTULO III: RESULTADOS	51
3.1. Resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario	51
3.1.1. Resultados descriptivos	51
3.1.2. Resultados inferenciales	67
3.2. Resultados obtenidos mediante la aplicación de la Guía de entrevista	76
3.2.1 Descripción de Resultados	76
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	99
4.1. Limitaciones	99
4.2. Interpretación comparativa	101
4.3. Implicancias	105
4.4. Conclusiones	108
4.5. Recomendaciones	109

REFERENCIAS
ANEXOS

111
118

Índice de tablas

Tabla 1. Población de la Investigación	45
Tabla 2. Técnicas e instrumentos	46
Tabla 3. Validez de Expertos del cuestionario.	47
Tabla 4. Validez de Expertos de la guía de entrevista.	47
Tabla 5. Estadística de confiabilidad y fiabilidad del estudio.	49
Tabla 6. Distribución de frecuencia y porcentajes de la variable Responsabilidad Social Empresarial	52
Tabla 7. Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Económica.	54
Tabla 8. Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Social.	56
Tabla 9. Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Ambiental.	58
Tabla 10. Distribución de frecuencia y porcentajes de la variable Rentabilidad.	60
Tabla 11. Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad en relación con sus activos totales (ROA).	62
Tabla 12. Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).	64
Tabla 13. Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Margen Neto.	66
Tabla 14. Prueba de normalidad para la hipótesis General	68
Tabla 15. Prueba de Hipótesis General	69
Tabla 16. Prueba de normalidad para la hipótesis específica 1	70
Tabla 17. Prueba de Hipótesis específica 1	71
Tabla 18. Prueba de normalidad para la hipótesis específica 2	72
Tabla 19. Prueba de Hipótesis específica 2	72
Tabla 20. Prueba de normalidad para la hipótesis específica 3	73
Tabla 21. Prueba de Hipótesis específica 3	74
Tabla 22. Entrevista sobre las estrategias específicas de implementación de Responsabilidad	

Social Empresarial para mejorar la rentabilidad.	76
Tabla 23. Entrevista sobre el impacto en la implementación de políticas de Responsabilidad Social y métricas utilizadas.	78
Tabla 24. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial – Calidad de los servicios	79
Tabla 25. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial – Satisfacción Laboral.	81
Tabla 26. Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial – Políticas Medioambientales.	82
Tabla 27. Entrevista sobre Rentabilidad – Política de Dividendos	83
Tabla 28. Entrevista sobre Rentabilidad - Inversionistas	84
Tabla 29. Encuesta sobre Rentabilidad - Inversionista	85
Tabla 30. Encuesta sobre Rentabilidad – Utilidad Neta	87
Tabla 31. Entrevista sobre recomendaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial y la Rentabilidad.	88

Índice de figuras

Figura 1. Distribución de frecuencia y porcentajes de Responsabilidad Social Empresarial	54
Figura 2. Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Económica.	56
Figura 3. Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Social.	58
Figura 4. Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Ambiental.	60
Figura 5. Distribución de frecuencia y porcentajes de la variable Rentabilidad.	62
Figura 6. Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad en relación con sus activos totales (ROA).	64
Figura 7. Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).	66
Figura 8. Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Margen Neto.	68

RESUMEN

El presente estudio analiza la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la rentabilidad de la empresa Decoblinds en el distrito de Miraflores. Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño correlacional, evaluando tres dimensiones de la RSE: económica, social y ambiental. Mediante un cuestionario aplicado a todos los empleados de la empresa, se midió la percepción sobre las políticas de RSE implementadas y su impacto en la rentabilidad empresarial. Los resultados muestran una correlación positiva significativa entre la RSE y la rentabilidad ($r = 0.582$), sugiriendo que las políticas de responsabilidad social impactan directamente en los resultados financieros de la empresa. La dimensión social presentó la mayor correlación ($r = 0.618$), resaltando el impacto positivo de un buen clima laboral y la inclusión en la productividad. La dimensión ambiental mostró una correlación moderada ($r = 0.563$), indicando que las prácticas sostenibles contribuyen a la eficiencia operativa. Se recomienda a Decoblinds fortalecer sus políticas de RSE, especialmente en la dimensión económica, mediante el desarrollo de estrategias de fidelización y sostenibilidad que optimicen sus recursos y maximicen su rentabilidad a largo plazo.

Palabras claves: responsabilidad social empresarial, rentabilidad, ROE, ROA, margen neto.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En este mundo globalizado, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido en un valor por sí mismo para las empresas, pues la sociedad en general, y en particular los usuarios de servicios o clientes valoran este aspecto más que en otras épocas de la historia. El compromiso social empresarial promueve un crecimiento económico, equidad social y cuidado con el medio ambiente, son las empresas o comunidades las más interesadas por estas actividades (Álvarez et al., 2021). Existen dos posiciones en relación con la Responsabilidad Social Empresarial, una de ellas está relacionada con acciones filantrópicas que se realizan con el propósito de mejorar la imagen y el buen posicionamiento de la empresa en el mercado, y la otra es la que se muestra de forma organizada, manifestada por diversos grupos de interés mediante aspectos que conforman la actividad de la empresa como son: El modelo de negocios, la gestión de operaciones, la estrategia general y el marketing, la visión, misión y los servicios o bienes que ofrece. (Conde & García, 2018).

A nivel mundial, Freeport-McMoRan Inc., empresa líder en la extracción de cobre, ha integrado la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Freeport cumple altos estándares de administración ambiental, respeta los derechos humanos y prioriza la salud, seguridad y bienestar de sus trabajadores y de las comunidades donde operan lo que le permite generar valor para sus accionistas (Freeport-McMoran, 2021). Por lo mismo, en Estados Unidos se emplea la sostenibilidad empresarial para obtener ganancias, con estrategias de gestión en las empresas, a favor de una comunidad, lo cual genera un vínculo financiero positivo en las operaciones que se realizan (Aigner 2016).

En el Perú, durante la pandemia por COVID 19, Alicorp lideró iniciativas para llevar ayuda a las poblaciones más vulnerables, lo que motivó que la Unión Europea le otorgara el Reconocimiento a la Resiliencia 2020, con mención en solidaridad, por la forma en que la empresa afrontó la emergencia sanitaria (Alicorp 2022). Por otro lado, es necesario implementar y desarrollar estrategias y planes de acción en conjunto entre el estado, empresa y ciudadanos para que su valor compartido en el Perú incremente su nivel de calidad y mejore en todos los sectores (Barbachan, 2017).

En los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha ganado una importancia cada vez mayor como una estrategia clave para las empresas que buscan no solo mejorar su imagen corporativa, sino también contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad (García & Sánchez, 2019).

Las prácticas de sostenibilidad corporativa incluyen una amplia gama de actividades, desde la implementación de políticas ambientales y sociales hasta la mejora de las condiciones laborales y el apoyo a la comunidad local. Sin embargo, la implementación de políticas de responsabilidad corporativa presenta desafíos significativos, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que a menudo carecen de los recursos y la infraestructura necesaria para adoptar plenamente estas prácticas (Pedersen et al., 2018).

Decoblinds, una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de persianas y cortinas en el distrito de Miraflores ha intentado incluir la responsabilidad social empresarial en su modelo de negocio con el objetivo de mejorar su reputación y fomentar un crecimiento sostenible. A pesar de estos esfuerzos, persisten dudas sobre el impacto real de estas prácticas en la rentabilidad de la empresa. Decoblinds enfrenta la paradoja de equilibrar las inversiones

en responsabilidad social empresarial con la necesidad de mantener y aumentar sus márgenes de beneficio en un mercado altamente competitivo (Porter & Kramer, 2019). La presión para obtener resultados financieros a corto plazo a menudo se percibe como incompatible con las inversiones en sostenibilidad corporativa, que pueden no producir beneficios inmediatos y tangibles (Carroll & Shabana, 2018).

El problema central radica en identificar si las inversiones en responsabilidad social empresarial contribuyen de manera significativa a la rentabilidad de Decoblinds, o si, por el contrario, representan un costo que afecta negativamente sus resultados financieros (Carroll & Shabana, 2018). En particular, es necesario comprender cómo las prácticas de sostenibilidad corporativa afectan aspectos clave como la percepción de los clientes sobre la empresa, la lealtad del cliente, la eficiencia operativa y la atracción y retención de talento (Jones et al., 2019). Por ejemplo, una política sólida de responsabilidad corporativa puede mejorar la imagen de la empresa y aumentar la satisfacción del cliente, lo que a su vez podría traducirse en mayores ventas y una mayor rentabilidad (Porter & Kramer, 2019). Sin embargo, si las inversiones en responsabilidad social empresarial no son percibidas como valiosas por los stakeholders (grupos de interés), es posible que no generen los beneficios esperados.

Además, es importante considerar el contexto específico de Decoblinds y el mercado en el que opera. El distrito de Miraflores es conocido por ser una zona comercial y residencial de alto nivel en Lima, Perú, donde los consumidores pueden ser particularmente sensibles a las cuestiones de responsabilidad social y ambiental (Freeman et al., 2020). La competencia de las empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de persianas y cortinas es

feroz, y las empresas deben diferenciarse no solo en términos de calidad y precio, sino también en su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social (Smith, 2020). En este contexto, la incorporación efectiva de prácticas de responsabilidad corporativa podría ser una ventaja competitiva crucial para Decoblinds.

Sin embargo, la adopción de prácticas de sostenibilidad corporativa no está exenta de desafíos. Las PYMES, como Decoblinds, a menudo enfrentan limitaciones de recursos que dificultan la implementación de programas de compromiso social corporativo de gran alcance. La inexperiencia e ignorancia en la gestión de la sostenibilidad corporativa también puede ser un obstáculo significativo. Además, es posible que las inversiones iniciales en sostenibilidad empresarial no produzcan resultados inmediatos, lo que puede generar escepticismo entre los directivos y accionistas sobre el valor de estas iniciativas (Carroll & Shabana, 2018). Es fundamental, por lo tanto, evaluar de manera rigurosa y sistemática la repercusión de las prácticas de responsabilidad corporativa en la rentabilidad de la empresa para proporcionar evidencia sólida que guíe las decisiones estratégicas.

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes Nacionales

Marmolejo y Rivera (2023) en su tesis titulada “La responsabilidad social corporativa y su relación con la rentabilidad de las cuatro entidades bancarias importantes del Perú, año 2022”. tesis para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

La formulación de su problema es: ¿De qué manera la responsabilidad social corporativa se relaciona con la rentabilidad de las cuatro entidades bancarias importantes del

Perú, año 2022?, el objetivo general es identificar de qué manera la responsabilidad social corporativa se relaciona con la rentabilidad de las cuatro instituciones bancarias importantes del Perú, año 2022. El diseño que utilizaron fue no experimental, transversal y no participativo, siendo la muestra personas profesionales que cuentan con un cargo gerencial dentro de las instituciones financieras.

Se concluye que hay una relación significativa y positiva entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y la rentabilidad de las cuatro principales entidades bancarias en Perú durante el año 2022. Los resultados del estudio indican que las instituciones bancarias que implementan estrategias de responsabilidad social corporativa no solo cumplen con sus obligaciones sociales y éticas, sino que también logran mejorar su desempeño financiero. Este hallazgo subraya la importancia del compromiso social corporativo como un componente estratégico en la gestión, indica que incorporar prácticas responsables puede contribuir de forma considerable a la generación de valor económico y a la sostenibilidad a largo plazo. La tesis subraya que la combinación entre responsabilidad social y rentabilidad resulta fundamental para lograr una ventaja competitiva sostenible en el sector bancario.

Díaz (2021) en su tesis titulada “Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú -Tumbes”, tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo.

La formulación de su problema es ¿Qué herramienta de gestión de responsabilidad social ayudará a la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes?, el objetivo general es proponer un plan de gestión de responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú. El diseño que aplicaron es

no experimental y prospectivo, siendo la muestra 97 personas del personal de cosecha de la empresa Aquafood.

Se concluye que la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ejerce una influencia positiva y significativa en la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú, situada en Tumbes. Los resultados indican que la incorporación de prácticas de RSE no solo facilita el cumplimiento de las responsabilidades sociales y ambientales, sino que también mejora notablemente el desempeño financiero y la eficiencia operativa de la empresa. Este hallazgo resalta la relevancia de adoptar una gestión estratégica de RSE como un elemento clave para alcanzar una ventaja competitiva sostenible en el sector acuícola. La tesis enfatiza que la combinación de responsabilidad social y rentabilidad no solo es viable, sino también esencial para el éxito a largo plazo de las empresas en contextos similares.

Rosales (2021) en su tesis titulada “Gerencia estratégica, responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A. Chimbote periodo 2019-2020” tesis para obtener el grado académico de Doctor en Administración en la Universidad Cesar Vallejo.

La formulación de su problema es ¿Cómo influye la gerencia estratégica, la responsabilidad social Empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar SA, Chimbote periodo 2019-2020?, el objetivo general es determinar el grado de influencia de la gerencia estratégica, la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa Exalmar SA, Chimbote periodo 2019-2020. El diseño que emplearon no experimental y de corte transversal, siendo la muestra 100 trabajadores de distintas áreas adscritas a la empresa Exalmar SA.

Se concluye que tanto la gestión estratégica como la responsabilidad social empresarial tienen un efecto positivo y significativo en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A. durante el periodo 2019-2020. Los resultados indican que la adopción de estrategias de RSE, junto con una gerencia eficaz, contribuyen no solo al cumplimiento de obligaciones sociales y éticas, sino también a mejorar el rendimiento financiero de la empresa. Este hallazgo resalta la importancia de integrar la sostenibilidad en la estrategia corporativa y en la gestión empresarial para alcanzar una ventaja competitiva duradera y una mayor rentabilidad. La tesis enfatiza que la sinergia entre la gestión estratégica y la responsabilidad social empresarial es fundamental para asegurar el éxito a largo plazo de la empresa.

Rojas (2023) en su tesis titulada “Responsabilidad social para mejorar la rentabilidad en la Pollería Rojas, Chiclayo 2021” para optar el título profesional de Contadora Pública en la Universidad Señor de Sipán.

La formulación de su problema es ¿Cómo mejorar la rentabilidad mediante la responsabilidad social empresarial en la Pollería Rojas, Chiclayo – 2021?, el objetivo general es proponer un plan de responsabilidad social Empresarial para mejorar la rentabilidad en la pollería Rojas, Chiclayo – 2021. El diseño que emplearon no experimental, descriptivo, siendo la muestra dos trabajadores, el gerente general y el contador de la pollería Rojas.

Se concluye que la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial tiene un impacto positivo y significativo en la rentabilidad de la pollería Rojas en Chiclayo durante el año 2021. Los resultados muestran que las iniciativas de RSE no solo permiten a la empresa cumplir con sus compromisos éticos y sociales, sino que también fortalecen su

desempeño financiero. Este hallazgo sugiere que integrar la RSE en la estrategia empresarial es esencial para alcanzar una rentabilidad sostenible y competitiva. La tesis subraya la relevancia de incorporar la responsabilidad social en la gestión corporativa como una estrategia clave para aumentar la rentabilidad y consolidar una imagen positiva ante los grupos de interés.

Miller & Pachas (2019) en su tesis titulada “La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y rentabilidad de las empresas mineras listadas en la Bolsa de Valores de Lima años 2010-2017” tesis para optar al título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad San Ignacio de Loyola.

La formulación de su problema ¿Cómo la responsabilidad social empresarial se relaciona con la rentabilidad de las empresas listadas en la Bolsa de Valores de Lima entre los años 2010-2017?, el objetivo general es establecer cómo la responsabilidad social empresarial se relaciona con la rentabilidad de las empresas mineras listadas en la Bolsa de Valores de Lima entre los años 2010-2017. El diseño que emplearon es aplicado no experimental y tipo correlacional y estudia variables financieras que se expresan en forma cuantitativa, siendo su muestra 16 empresas mineras que listan sus acciones en la Bolsa de Valores de Lima.

Se concluye que existe una relación significativa y positiva entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y la rentabilidad de las empresas mineras que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima durante el periodo analizado. Los datos obtenidos revelan que las empresas que integran prácticas de RSE no solo cumplen con sus compromisos éticos y sociales, sino que también experimentan mejoras en su desempeño financiero. Este hallazgo sugiere que la inclusión de estrategias de responsabilidad social empresarial puede desempeñar un papel

crucial en la sostenibilidad financiera de largo plazo para las empresas mineras, promoviendo al mismo tiempo una mayor aceptación y confianza por parte de los grupos de interés. La tesis subraya la relevancia de incorporar la RSE en la estrategia corporativa como una vía para lograr una ventaja competitiva sostenible.

1.2.2. Antecedentes internacionales

De la Cruz (2021) en su tesis titulada “La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad del sector cooperativo segmento 1 del cantón Ambato” proyecto de investigación a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A. en la Universidad Técnica de Ambato-Ecuador.

La formulación de su problema es ¿Cómo influye la responsabilidad social empresarial en el incremento de la rentabilidad del sector cooperativista del segmento 1 en la ciudad de Ambato?, el objetivo general es analizar la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad del sector cooperativista del segmento 1 en la ciudad de Ambato. El diseño que emplearon no experimental, descriptivo y correlacional, siendo la muestra 5 cooperativas de ahorro y crédito del cantón Ambato.

Se concluye que la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene un impacto positivo y significativo en la rentabilidad de las cooperativas del segmento 1 en el cantón Ambato. Los resultados evidencian que las cooperativas que integran estrategias de RSE no solo responden a sus compromisos éticos y sociales, sino que también logran mejoras sustanciales en su rendimiento financiero. Este hallazgo subraya la importancia de incorporar la RSE en la gestión cooperativa como un componente estratégico clave para alcanzar una ventaja competitiva y asegurar la sostenibilidad a largo plazo. La

tesis destaca que la interacción entre responsabilidad social y rentabilidad resulta esencial para el éxito sostenido del sector cooperativo.

Agila e Inga (2022) en su tesis titulada “La responsabilidad social y su impacto en la rentabilidad de la microempresa Horchota La Lauñerita del Cantón Paltas, Provincia de Loja, Año 2022” proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciados en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Estatal de Bolívar.

La formulación de sus problemas es ¿Las empresas que aplican responsabilidad social empresarial tienen un mayor impacto en la rentabilidad?, el objetivo general es analizar el impacto que genera la RSE en la rentabilidad de la microempresa Horchata La Lauñerita del Cantón Paltas, año 2022. El tipo de investigación es descriptiva e investigación de campo, la cual tuvieron técnicas de recolección de datos, 1 entrevista, 318 personas encuestadas de la parroquia Lauro Guerrero y observación directa. Concluye que la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) tiene un impacto positivo y significativo en la rentabilidad de la microempresa Horchota La Lauñerita del Cantón Paltas, en la Provincia de Loja, durante el año 2022. Los resultados obtenidos muestran que la implementación de estrategias de responsabilidad social empresarial no solo contribuye al cumplimiento de responsabilidades sociales y éticas, sino que también mejora el desempeño financiero de la microempresa. Este hallazgo destaca la importancia de integrar la responsabilidad social empresarial en la gestión empresarial como un componente estratégico esencial para lograr una ventaja competitiva sostenible y una mayor rentabilidad. La tesis enfatiza que la sinergia entre la responsabilidad social y la rentabilidad es crucial para el éxito a largo plazo de las microempresas en contextos similares.

Tello (2020) en su tesis titulada “La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo” trabajo de titulación modalidad proyecto de investigación y desarrollo. Previa obtención del grado académico de Magister en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica de Ambato.

La formulación de su problema es ¿Qué incidencia tiene la responsabilidad social empresarial dentro de la rentabilidad económica en las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio en la provincia de Chimborazo?, el objetivo general es analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo. La modalidad de investigación es de campo que se realizó en 14 establecimientos seleccionados utilizando fuentes primarias de información, investigación documental basado en búsqueda, recuperación, análisis crítica e interpretación de datos secundarios e investigación descriptiva, siendo la muestra 14 establecimientos que cuentan con el permiso de funcionamiento de la ARCSA.

Se concluye que la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) tiene un efecto positivo y significativo en la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio en la provincia de Chimborazo. Los resultados sugieren que las PYMES que incorporan estrategias de RSE no solo cumplen con sus deberes éticos y sociales, sino que también experimentan mejoras significativas en su rendimiento financiero. Este hallazgo resalta la relevancia de integrar la RSE en la gestión empresarial como un componente estratégico fundamental para obtener una ventaja competitiva

sostenible y aumentar la rentabilidad económica. La tesis subraya que la combinación de responsabilidad social y rentabilidad es esencial para el éxito y la viabilidad a largo plazo de las PYMES en el sector alimenticio.

Arebalo y Tapia (2021) en su tesis titulada “Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca – Ecuador, 2019” trabajo de titulación previo a la obtención del título de Contador Público Auditor en la Universidad de Cuenca. La formulación de su problema es ¿Cómo incide las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial del ámbito consumidores en la rentabilidad financiera de los seis establecimientos de alojamiento de Cuenca – Ecuador?, el objetivo general es analizar la relación de las prácticas de responsabilidad social empresarial del ámbito consumidores con la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la Ciudad de Cuenca. El diseño que emplearon combina una vertiente de tipo explicativa y descriptiva con un método de investigación inductivo, La muestra está conformada por 6 establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca.

Se concluyó que la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) orientadas hacia los consumidores tiene un efecto positivo y significativo en la rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento en Cuenca, Ecuador, durante el año 2019. Los resultados muestran que aquellos establecimientos que implementan estrategias de RSE no solo cumplen con sus obligaciones sociales y éticas, sino que también logran mejoras significativas en su rendimiento financiero. Este hallazgo destaca la importancia de incorporar la sostenibilidad empresarial en la gestión organizacional como un

elemento estratégico clave para alcanzar una ventaja competitiva sostenible y optimizar la rentabilidad financiera. La tesis enfatiza que la combinación de responsabilidad social y rentabilidad es fundamental para el éxito a largo plazo de los establecimientos de alojamiento en entornos comparables.

Cornejo y López (2023) en su tesis titulada “La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A. en la ciudad de Jaramijó” informe de trabajo de integración curricular a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

La formulación de su problema es ¿De qué manera la evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva financiera contribuirá a la situación actual en ASISERVY S.A. en la ciudad de Jaramijó?, el objetivo general es evaluar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como base de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY en la ciudad de Jaramijó. El diseño que implementaron método analítico – sintético, descriptivo, deductivo de expertos y coeficiente V de AIKEN.

Se concluyó que la responsabilidad social no solo representa un compromiso ético y social, sino que también funciona como una estrategia empresarial que aporta valor económico y competitivo a ASISERVY S.A. La integración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la estrategia corporativa ha generado beneficios concretos y sostenibles, consolidando a la empresa como líder en su sector. Asimismo, se destaca la relevancia de la RSE como una herramienta eficaz para mejorar la competitividad financiera y asegurar la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones.

1.3. Bases teóricas

Teoría sobre Responsabilidad Social Empresarial:

Teorías de los Stakeholders Según Freeman (1984)

Esta teoría postula que las empresas tienen la responsabilidad de tener en cuenta los intereses de todos los grupos afectados por sus actividades, y no únicamente los de los accionistas. Estos grupos, denominados 'stakeholders', comprenden a empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y el entorno ambiental. Según este enfoque, el éxito sostenido de una empresa depende de su habilidad para equilibrar y responder a las expectativas de todos sus stakeholders.

La teoría de los stakeholders sugiere que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una forma de gestión empresarial que reconoce la interdependencia entre la empresa y la sociedad, promoviendo prácticas que beneficien a todos los involucrados. Esta perspectiva contrasta con la visión tradicional de que las empresas solo tienen la responsabilidad de maximizar las ganancias para los accionistas (Freeman, 1984).

Teorías de la Legitimidad Según Suchman (1995)

Esta teoría sugiere que las organizaciones buscan legitimidad en las sociedades en las que operan para asegurar su supervivencia. Según esta teoría, las empresas implementan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una forma de alinear sus acciones con las expectativas sociales y culturales, lo que les permite obtener la aprobación social y mantener su licencia para operar. También se argumenta que la legitimidad es un recurso intangible pero crítico para las organizaciones, ya que les permite asegurar su continuidad y crecimiento en el largo plazo (Suchman, 1995).

Teorías del Capital Social Según Putnam (2000)

Esta teoría sostiene que las relaciones y redes de confianza, reciprocidad y cooperación entre individuos y organizaciones son un recurso valioso para el éxito de las empresas. Las empresas que invierten en la construcción de capital social a través de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) pueden obtener beneficios económicos y sociales, como la lealtad de los clientes y la cooperación con las comunidades locales. Esta teoría enfatiza que la sostenibilidad empresarial no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también fortalece sus relaciones con los stakeholders clave (Putnam, 2000)

Teorías de la Triple Cuenta de Resultados Según Elkington (1997)

Esta teoría propone que las empresas deben medir su éxito no solo en términos financieros, sino también en términos sociales y ambientales. Este enfoque plantea que las empresas deben equilibrar los beneficios económicos, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental con el fin de generar valor a largo plazo. La teoría sostiene que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es fundamental tanto para el desarrollo sostenible como para cumplir con las expectativas de un diverso conjunto de stakeholders (Elkington, 1997).

Teoría sobre Rentabilidad:

Teorías del Valor Añadido Según Porter (1985)

La teoría sostiene que la rentabilidad de una empresa se deriva de su capacidad para crear valor adicional a partir de los recursos que utiliza. Esta teoría se basa en el concepto de que las empresas que logran agregar más valor a sus productos o servicios en comparación con sus costos de producción generan mayores márgenes de beneficio y, por lo tanto, una

mayor rentabilidad. Las empresas deben centrarse en actividades que aumenten el valor percibido por los clientes para mejorar su rentabilidad (Porter,1985).

Teorías del Capital Humano Según Becker (1993)

La teoría establece que la rentabilidad de una empresa está relacionada con la inversión en el desarrollo y capacitación de su fuerza laboral. Las empresas que invierten en su capital humano, es decir, en la formación, habilidades y bienestar de sus empleados, tienden a experimentar mayores niveles de productividad y, en consecuencia, una mayor rentabilidad. Esta teoría sugiere que el capital humano es un recurso clave para el éxito financiero a largo plazo (Becker, 1993).

Teorías del Crecimiento Endógeno Según Romer (1990)

La teoría propone que la rentabilidad de las empresas y el crecimiento económico en general están impulsados por factores internos, como la inversión en investigación y desarrollo (I+D) y la innovación tecnológica. Las empresas que invierten en actividades de I+D pueden desarrollar nuevas tecnologías y productos que les permiten mantenerse competitivas y rentables en el largo plazo. Esta teoría enfatiza la importancia de la innovación como motor de la rentabilidad sostenida (Romer, 1990).

Teorías del Ciclo de Vida de la Empresa Según Dickinson (2011)

La teoría plantea que la rentabilidad de una empresa depende de la fase en la que se encuentre dentro de su ciclo de vida, ya sea introducción, crecimiento, madurez o declive. Las empresas en la etapa de crecimiento tienden a ser más rentables debido a su capacidad para expandirse rápidamente y captar nuevos mercados. Sin embargo, a medida que alcanzan

la madurez, su rentabilidad puede estabilizarse o incluso disminuir a medida que enfrentan mayores niveles de competencia y saturación del mercado (Dickinson, 2011).

Definición de términos

Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica prácticas empresariales que incorporan aspectos sociales, ambientales y económicos en sus actividades y en sus relaciones con los stakeholders. Las empresas adoptan la sostenibilidad corporativa como una forma de contribuir al desarrollo sostenible, al tiempo que fortalecen su reputación y competitividad (Carroll, 2019).

Dimensión Económica

La dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere a la capacidad de una empresa para generar valor económico de manera sostenible. Esto implica no solo la maximización de las ganancias a corto plazo, sino también la inversión de prácticas que aseguren la viabilidad económica a largo plazo. La sostenibilidad económica dentro de la responsabilidad corporativa se logra cuando las empresas logran equilibrar sus objetivos financieros con sus responsabilidades sociales y ambientales, asegurando así un crecimiento sostenido y equitativo (Carroll, 2021).

Valor Económico.

El valor económico es el beneficio monetario que se deriva de un bien, servicio o recurso, y se mide en términos de cuánto está dispuesto a pagar un individuo o una organización por dicho bien o servicio. Este concepto es fundamental para evaluar la eficiencia de las decisiones económicas, ya que implica la comparación entre los costos

incurridos y los beneficios obtenidos. Así como es esencial en la toma de decisiones empresariales, ya que ayuda a determinar la rentabilidad de las inversiones y la eficiencia en la asignación de recursos (Brigham & Houston, 2019).

Calidad de los Servicios

El concepto de calidad es la evaluación del desempeño de un servicio en comparación con las expectativas del cliente. Es una medida de cuán bien el servicio entregado cumple con las expectativas del cliente y abarca aspectos como la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía. Así mismo, es un factor crucial que afecta la satisfacción del cliente y la competitividad de las empresas, y su evaluación implica comprender y satisfacer las expectativas del consumidor a través de un sistema de entrega eficiente (Prakash, 2019).

Dimensión Social

La dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) abarca las iniciativas que las empresas emprenden para generar un impacto positivo en la sociedad y en las comunidades donde operan. Este enfoque contempla elementos como la mejora de las condiciones laborales, la promoción de la equidad y la inclusión social, y el respaldo a causas sociales y comunitarias. Además, implica que las empresas asumen una responsabilidad hacia la sociedad que trasciende la mera generación de ganancias, respondiendo también a las expectativas sociales y éticas (McWilliams & Siegel, 2020).

Satisfacción Laboral

La satisfacción laboral es el grado en que los empleados se sienten contentos y realizados en sus trabajos. Es un estado emocional positivo que resulta de la evaluación del

trabajo o las experiencias laborales. Así mismo, la satisfacción laboral es crucial no solo para la motivación del empleado, sino también para su compromiso organizacional y su desempeño. Los factores que influyen en la satisfacción laboral incluyen las condiciones de trabajo, las relaciones interpersonales en el lugar de trabajo, la remuneración, y las oportunidades de crecimiento profesional (Frontier, 2021).

Inclusión Laboral

La inclusión laboral es el proceso de integrar y valorar a todas las personas en el entorno laboral, independientemente de sus características personales, tales como discapacidad, género, raza, orientación sexual, entre otras. Este concepto enfatiza la creación de un entorno de trabajo equitativo y accesible, donde cada empleado se sienta valorado y pueda contribuir de manera significativa. Así mismo, la inclusión laboral no solo mejora el bienestar de los empleados, sino que también aumenta la productividad y la innovación dentro de las organizaciones (Frontier, 2023).

Dimensión Medioambiental

Se refiere a las iniciativas que las empresas implementan para reducir su impacto ambiental negativo y fomentar la sostenibilidad ecológica. Estas acciones abarcan la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero, la gestión eficiente de los recursos naturales y el desarrollo de productos y servicios sostenibles. La dimensión ambiental es fundamental para que las empresas no solo cumplan con las normativas ecológicas, sino que también contribuyan activamente a la protección del medio ambiente (Dangelico & Pujari, 2020).

Técnicas para eliminar residuos

Comprenden una variedad de métodos que se utilizan para gestionar y reducir el impacto ambiental de los desechos generados en diferentes sectores. Estas técnicas incluyen:

Reciclaje: Proceso en el cual los materiales recuperables se separan de los residuos y se reutilizan para la producción de nuevos productos.

Compostaje: Conversión de residuos orgánicos en un abono natural mediante la descomposición controlada.

Incineración: Método de eliminación de residuos mediante la combustión controlada, que reduce significativamente el volumen de los desechos, aunque debe gestionarse adecuadamente para minimizar la emisión de contaminantes.

Vertederos controlados: Almacenamiento de residuos en un espacio designado, donde se implementan medidas para evitar la contaminación del suelo y del agua.

Tecnologías emergentes como el pirólisis y la gasificación, que convierten los residuos en energía de forma más eficiente y con menores impactos ambientales (Czekala et al., 2023)

Residuos

Los residuos son cualquier material desechado que ya no es útil o necesario en su forma actual y necesita ser gestionado para minimizar su impacto ambiental. Los residuos pueden clasificarse en diferentes categorías, como residuos sólidos municipales, residuos industriales, residuos peligrosos y residuos electrónicos, entre otros.

Políticas Medioambientales

Son directrices diseñadas para mitigar los impactos negativos de las actividades humanas sobre el medio ambiente. Estas políticas pueden incluir regulaciones

gubernamentales que obligan a las empresas a reducir emisiones, gestionar residuos de manera responsable, y utilizar recursos de forma sostenible. Además, las políticas medioambientales a menudo buscan fomentar la innovación en tecnología verde y promover prácticas empresariales sostenibles. Así mismo, las políticas ambientales bien implementadas no solo mejoran el rendimiento ambiental, sino que también pueden impulsar la innovación y mejorar el desempeño económico de las empresas (SpringerLink, 2021).

Política de Reducción de Emisiones de Carbono: Implica la adopción de medidas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en las operaciones de la empresa. Esto puede incluir la optimización de procesos industriales, la mejora en la eficiencia energética, y la transición hacia fuentes de energía renovables (Oxford Academic, 2023).

Política de Gestión de Residuos: Establece procedimientos para la adecuada recolección, tratamiento y disposición de residuos sólidos y líquidos. Incluye estrategias de reducción, reutilización y reciclaje de materiales (Oxford Academic, 2023).

Política de Conservación de Recursos Naturales: Fomenta el uso sostenible de recursos como el agua, la energía, y las materias primas, promoviendo prácticas que minimicen el impacto sobre el medio ambiente (Oxford Academic, 2023).

Política de Energía Renovable: Establece el compromiso de la empresa para utilizar fuentes de energía renovable, como la solar o eólica, en lugar de combustibles fósiles (Oxford Academic, 2023).

Política de Compras Sostenibles: Promueve la adquisición de bienes y servicios que tienen un impacto ambiental reducido, asegurando que los proveedores también cumplan con estándares de sostenibilidad (Oxford Academic, 2023).

Rentabilidad

La rentabilidad se define como la capacidad de una empresa o inversión para producir ganancias en proporción a sus costos o inversiones. Este es un indicador fundamental del desempeño financiero, que suele medirse mediante ratios como el retorno sobre la inversión (ROI) o el margen de beneficio. (Brealey, Myers, & Allen, 2020).

Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)

Se trata de un indicador financiero que evalúa la capacidad de una empresa para generar beneficios a partir del capital aportado por los accionistas. Este ratio es fundamental en el análisis financiero, ya que muestra la eficiencia con la que una empresa emplea sus recursos propios para producir ganancias. El ROE se calcula dividiendo el beneficio neto entre el patrimonio neto de los accionistas, proporcionando una medida directa de la rentabilidad desde la perspectiva de los inversores (Berk & DeMarzo, 2020).

Rendimiento de capital

El rendimiento de capital (Return on Capital, ROC) es la medida de rentabilidad que una empresa obtiene en relación con el capital total invertido en sus operaciones. Este indicador es crucial para evaluar la eficiencia con la que una empresa utiliza su capital para generar ganancias. Así mismo, el ROC se calcula dividiendo las ganancias antes de intereses e impuestos (EBIT) entre el capital total empleado, proporcionando una visión clara de la capacidad de la empresa para generar valor a partir de su capital (SpringerLink, 2021).

Políticas de dividendos

Las políticas de dividendos son las directrices que una empresa sigue para decidir la distribución de sus ganancias a los accionistas en forma de dividendos. Estas políticas

determinan cuánto de las ganancias se pagará en dividendos y cuánto se retendrá para reinversiones. También, las decisiones de dividendos pueden influir en la percepción de la empresa en el mercado, señalando estabilidad y confianza a los inversores, mientras que la retención de ganancias suele enfocarse en el crecimiento y expansión de la empresa (SpringerLink, 2021).

Rentabilidad en relación con sus activos totales (ROA)

Este indicador financiero evalúa la capacidad de una empresa para obtener beneficios a partir de sus activos totales. El ROA se calcula dividiendo el beneficio neto entre el total de activos de la empresa. Esta ratio ofrece una visión de la eficiencia con la que una empresa está utilizando sus activos para generar ingresos, proporcionando una medida integral del rendimiento operativo de la empresa (Berk & DeMarzo, 2020).

Rotación de los activos

La rotación de activos indica la eficiencia con la cual una empresa emplea sus activos para generar ingresos. Es una medida clave de la actividad financiera que indica cuántas veces los activos de una empresa se "giran" o se utilizan para generar ventas en un período determinado. La fórmula para calcular la rotación de activos es dividir las ventas netas por el promedio de activos totales, proporcionando una visión clara de la efectividad de la gestión de activos en la generación de ingresos (SpringerLink, 2021).

Inversiones

Las inversiones se refieren al uso de capital destinado a la adquisición de activos con la expectativa de obtener un retorno positivo en el futuro. Estas pueden adoptar distintas formas, como la compra de acciones, bonos, bienes raíces o la inversión en proyectos

empresariales. Las decisiones de inversión están influenciadas por factores como el riesgo, el retorno esperado, y el horizonte temporal, y juegan un papel crucial en el crecimiento económico y la generación de riqueza (Emerald Insight, 2021).

Margen Neto

El margen neto (Net Profit Margin) representa la proporción de ingresos que una empresa conserva como ganancia neta una vez deducidos todos los costos y gastos, incluidos impuestos y otros gastos operativos. Este indicador financiero sirve para evaluar la eficiencia y rentabilidad de la empresa, mostrando qué porcentaje de los ingresos se traduce en beneficios. Así como, el margen neto es crucial para evaluar la salud financiera de una empresa y su capacidad para generar ganancias sostenibles (Emerald Insight, 2021).

Utilidad Neta

La utilidad neta (net profit) representa el beneficio total que una empresa genera después de restar todos los costos, incluidos gastos operativos, impuestos, intereses y otros gastos. Es un indicador fundamental de la rentabilidad y la eficiencia operativa de la empresa, empleado para evaluar el éxito financiero en la administración de sus recursos. La utilidad neta resulta esencial para analizar la capacidad de la empresa para generar beneficios sostenibles y para fundamentar decisiones estratégicas sobre la distribución de dividendos y reinversión (Emerald Insight, 2021).

Ventas

Las ventas se refieren al proceso mediante el cual una empresa transfiere bienes o servicios a un cliente a cambio de un pago. Las ventas representan una parte crucial del ciclo económico, ya que generan ingresos para la empresa. Así como las ventas no solo implican el

intercambio de productos, sino que también abarcan la gestión de relaciones con los clientes, la personalización de ofertas y la adaptación a los cambios del mercado para maximizar la satisfacción del cliente (SpringerLink, 2021).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es la relación de la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación de la dimensión social y rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023?

¿Cuál es la relación de la dimensión ambiental y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023?

¿Cuál es la relación de la dimensión económica y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar cuál es la relación de la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

1.5.2. Objetivos específicos

Analizar cuál es la relación de la dimensión económica y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

Analizar cuál es la relación de la dimensión social y rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

Analizar cuál es la relación de la dimensión ambiental y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

1.6.2. Hipótesis específicas

La dimensión económica se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

La dimensión social se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

La dimensión ambiental se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

1.7. Justificación.

Según indican los autores Creswell y Creswell (2018) es la explicación detallada de por qué es importante y relevante realizar la investigación propuesta. La justificación aborda las razones detrás de la elección del tema, los beneficios que aportará el estudio y como contribuirá al conocimiento existente o resolverá un problema práctico. La justificación debe expresar de manera clara la necesidad de la investigación y evidenciar su potencial para influir en la teoría, la práctica o la metodología.

Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se encuentra enfocado a la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad en la empresa Decoblinds del distrito de Miraflores, 2023, se basaría en la exploración y análisis de las teorías subyacentes que vinculan la responsabilidad social empresarial con la rentabilidad empresarial. Este enfoque teórico se apoya en la premisa de que la implementación de prácticas de responsabilidad corporativa no solo responde a una obligación ética y social, sino que también puede generar beneficios financieros para la empresa.

Justificación práctica

La justificación práctica de esta tesis reside en su capacidad para ofrecer a la empresa Decoblinds herramientas y conocimientos específicos sobre cómo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede emplearse no solo como una estrategia de responsabilidad corporativa, sino también como un elemento clave para mejorar la rentabilidad y competitividad en el mercado. Asimismo, los hallazgos del estudio tienen el potencial de ser aplicables a otras empresas, ampliando así su impacto práctico.

Justificación metodológica

La justificación metodológica de esta tesis se centra en la elección de un enfoque de investigación adecuado que permita responder de manera efectiva a las preguntas de investigación. El método cuantitativo, junto con la recolección de datos primarios y secundarios, proporciona una base sólida para el análisis de la relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad en la empresa Decoblinds. Este enfoque

metodológico no solo permite obtener resultados precisos, sino también ofrecer una comprensión profunda de la investigación.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de estudio: Aplicada

La presente investigación tiene el enfoque cuantitativo, se encuentra dentro del tipo de estudio aplicada, y sus variables son la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Rentabilidad de la empresa Decoblinds en el distrito de Miraflores, 2023.

Según menciona Neuman (2014) se refiere a un tipo de investigación cuyo objetivo principal es resolver problemas prácticos y específicos, utilizando conocimientos y teorías existentes. Se enfoca en encontrar soluciones que puedan ser implementadas de manera inmediata en la práctica, ya sea en áreas como la tecnología, la industria, la salud, la educación, entre otras.

Enfoque: Cuantitativo

De acuerdo con Creswell y Creswell (2018), este es un método de investigación enfocado en la recopilación y análisis de datos numéricos para describir fenómenos, identificar patrones y realizar predicciones. Este enfoque emplea técnicas estadísticas y matemáticas para medir variables y verificar hipótesis de forma objetiva y replicable. La investigación cuantitativa persigue obtener resultados precisos y generalizables, comúnmente a través de encuestas, experimentos o análisis de datos secundarios.

Diseño de estudio

El diseño del estudio es no experimental, lo que implica un tipo de investigación en el cual el investigador no interviene en las variables independientes, sino que se limita a observar y analizar las variables tal como se manifiestan en la realidad. Este diseño es común

en estudios observacionales, donde el objetivo es describir o explorar relaciones entre variables sin intervenir en el entorno o influir en los participantes. En un estudio no experimental, no se busca establecer una causalidad directa, sino más bien identificar asociaciones o correlaciones entre las variables (Hernández et al, 2019).

Por otro lado, es de diseño de corte transversal implica que los datos se recolectan en un solo punto en el tiempo o en un período de tiempo muy corto. Esto significa que el estudio se realiza en un momento específico y no sigue a los participantes a lo largo del tiempo. Los estudios de corte transversal son útiles para describir características de una población en un momento dado o para analizar la prevalencia de ciertas variables (Hernández et al, 2019).

2.2. Población y muestra

Población

La población se define como el conjunto completo de individuos, elementos o entidades que comparten características comunes y sobre los cuales se busca hacer inferencias o generalizaciones basadas en los resultados del estudio.

La población es el grupo más amplio del cual se seleccionará una muestra para la recolección de datos. Dependiendo del enfoque de la investigación, la población puede incluir personas, organizaciones, eventos, productos, o cualquier otro grupo que cumpla con los criterios específicos definidos por el investigador (Hernández et al, 2019).

El estudio de la población, en la cual se realiza el desarrollo de la investigación, es la empresa Decoblinds del distrito de Miraflores.

Tabla 1*Población de la Investigación*

Áreas	N
Administración	12
Finanzas	7
Producción	6
TOTAL	25

Muestra

La muestra se refiere al subconjunto de la población que se selecciona para participar en el estudio. La muestra representa a la población más amplia y se elige de manera que sus características sean lo más representativas posible de la totalidad de la población (Hernández et al, 2019).

Al estudiar una muestra, se pueden hacer inferencias o generalizaciones sobre la población en general, siempre y cuando la muestra se haya seleccionado adecuadamente. Por ello se seleccionó a los 25 trabajadores de la empresa Decoblinds por muestreo censal esto implica incluir a toda la población objetivo en el estudio, en lugar de seleccionar una muestra representativa. En este enfoque, cada miembro de la población es observado, lo que permite obtener datos completos y evitar sesgos muestrales. Es apropiado cuando el tamaño de la población es pequeño o cuando se necesita un alto grado de precisión (Hernández et al, 2019).

2.3. Técnicas de recopilación de datos, validez y confiabilidad

Son los métodos y procedimientos que los investigadores utilizan para recolectar la información necesaria para responder a las preguntas de investigación o probar las hipótesis planteadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2019).

En esta investigación, se emplearon como técnicas la encuesta y la entrevista con el objetivo de recopilar información para el análisis de las variables Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Rentabilidad en la empresa Decoblinds, ubicada en el distrito de Miraflores.

Tabla 2

Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Guía de entrevista

La encuesta

Encuesta es una técnica de recopilación de datos en la que se utiliza un conjunto de preguntas predefinidas para obtener información de un grupo específico de personas, conocido como la muestra (Hernández, Fernández y Baptista, 2019).

La entrevista

La entrevista es una técnica de recopilación de datos en la que un investigador formula preguntas a un participante (entrevistado) con el propósito de obtener información detallada y profunda sobre un tema específico (Hernández, Fernández y Baptista, 2019).

La validez se define como el nivel en que un instrumento de medición logra medir efectivamente aquello que se propone evaluar. Es una medida de la precisión y pertinencia de los resultados obtenidos con respecto al objetivo del estudio. La validez asegura que las conclusiones derivadas de la investigación son correctas y se basan en evidencias sólidas (Creswell & Creswell, 2018).

Tabla 3

Validez de Expertos del cuestionario.

Expertos	Opinión de Aplicación
José Emilio Torres Krivic	Conforme
Julio Cesar Cuenca Colchado	Conforme
Walter Christian Bernia León	Conforme

Tabla 4

Validez de Expertos de la guía de entrevista.

Expertos	Opinión de Aplicación
José Emilio Torres Krivic	Conforme
Julio César Cuenca Colchado	Conforme
Walter Christian Bernia León	Conforme

Cuestionario

Es una herramienta de investigación diseñada para recopilar datos mediante preguntas predefinidas, las cuales pueden ser de tipo abierto o cerrado. Es un instrumento esencial en la

investigación cuantitativa para obtener información estructurada sobre las opiniones, actitudes, comportamientos o características de los encuestados (Dalati & Marx Gómez, 2018).

Guía de entrevista

Es un instrumento utilizado en la investigación cualitativa para estructurar el proceso de entrevista. Consiste en un conjunto de preguntas o temas predeterminados que guían al entrevistador durante la conversación, asegurando que se cubran los aspectos clave de la investigación (Dalati & Marx Gómez, 2018).

Confiabilidad

La confiabilidad se define como la consistencia o estabilidad de un instrumento de medición a través del tiempo. Un instrumento es considerado confiable si, al aplicarlo en condiciones similares, genera resultados consistentes en cada ocasión. La confiabilidad es fundamental para asegurar que los datos obtenidos no se vean afectados por variaciones aleatorias o errores en la medición (Kline, 2015).

Por ello, el estudio de la investigación ha utilizado el método de alfa de Cronbach para adquirir la aprobación del instrumento.

Alfa de Cronbach

El Alfa de Cronbach es un coeficiente que se utiliza para medir la consistencia interna de un instrumento de medición, como una encuesta o un cuestionario. Este coeficiente evalúa el grado en que los ítems (preguntas o elementos) de una escala están correlacionados entre sí, lo que refleja la fiabilidad del instrumento. Un Alfa de Cronbach alto indica que los ítems

son coherentes y miden el mismo constructo, mientras que un valor bajo sugiere que los ítems pueden no estar bien alineados o que miden diferentes aspectos (Tavakol & Dennick, 2011).

Interpretación del Alfa de Cronbach

Un valor de Alfa de Cronbach superior a 0.70 generalmente se considera aceptable, aunque en algunos contextos, valores superiores a 0.80 o 0.90 se consideran indicativos de alta consistencia interna.

Valores inferiores a 0.70 pueden sugerir que es necesario revisar o modificar los ítems del instrumento para mejorar su fiabilidad.

Tabla 5

Estadística de confiabilidad y fiabilidad del estudio.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.938	12

Fuente: SPSS

Interpretación: Los resultados de fiabilidad de Alfa de Cronbach señalan que dio un 0.938 como resultado, afirmando así que la fiabilidad de los ítems planteados es buena para su aplicación.

2.4. Procedimiento de tratamiento y análisis de recolección de datos

En este trabajo de investigación, se realizará la técnica de la encuesta a través de preguntas cerradas las cuales contendrán respuestas previamente delimitadas o varias opciones de respuestas, de esta manera serán más fáciles de codificar y analizar. El instrumento en uso es el cuestionario ya que consiste en un conjunto de premisas y es

utilizado para recolectar datos respecto a una o más variables (Hernández 2014). La validación de los instrumentos se realizó mediante el juicio de expertos.

El cuestionario para medir las variables Responsabilidad Social Empresarial y Rentabilidad ha sido elaborado por las autoras de la presente investigación. Para su confección se ha tomado en cuenta 3 dimensiones por cada variable y 12 indicadores en total. Además, el cuestionario consta de 12 preguntas y utiliza la escala de Likert. Para ello se toman los valores del 1 al 5, siendo 1 Siempre y 5 Nunca.

Asimismo, el proceso de recolección de datos se llevó a cabo cumpliendo con el rigor científico, mediante las siguientes acciones: en primer lugar, se coordinaron los permisos necesarios con la empresa para aplicar la encuesta a sus empleados. Los datos recolectados fueron procesados en el programa Excel, lo que permitió tabular la información y crear tablas y figuras. Además, se empleó el Coeficiente Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento. Finalmente, se utilizó el software IBM SPSS Statistics 26 para aplicar análisis estadístico descriptivo y evaluar la hipótesis nula y alterna mediante la correlación de Spearman para pruebas no paramétricas y la correlación de Pearson para pruebas paramétricas, garantizando así resultados de alta precisión.

En segundo lugar, se realizaron entrevistas a empleados de la empresa Decoblinds, estructuradas en 10 preguntas destinadas a obtener información sobre la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Rentabilidad. Una vez recopiladas las respuestas, se elaboró un cuadro comparativo que agrupaba las respuestas de cada pregunta según los indicadores seleccionados, finalizando con una interpretación de los resultados de las entrevistas.

2.5. Aspectos éticos

En la investigación "Responsabilidad Social Empresarial y la Rentabilidad en la Empresa Decoblinds del Distrito de Miraflores, 2023", se han seguido estrictos aspectos éticos para garantizar la confidencialidad de los participantes, utilizando la normativa APA 7ma edición para la correcta citación y presentación de los resultados. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los involucrados, asegurando su derecho a retirarse en cualquier momento. La investigación cumple con las normativas éticas de la Universidad Privada del Norte y mantiene la imparcialidad para evitar conflictos de interés. Además, se ha documentado detalladamente el procedimiento para asegurar la transparencia y reproducibilidad del estudio, respetando los principios de integridad académica y responsabilidad social.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En el presente capítulo se detallan los resultados obtenidos, con la finalidad de lograr el objetivo planteado en la investigación.

3.1. Resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario

3.1.1. Resultados descriptivos

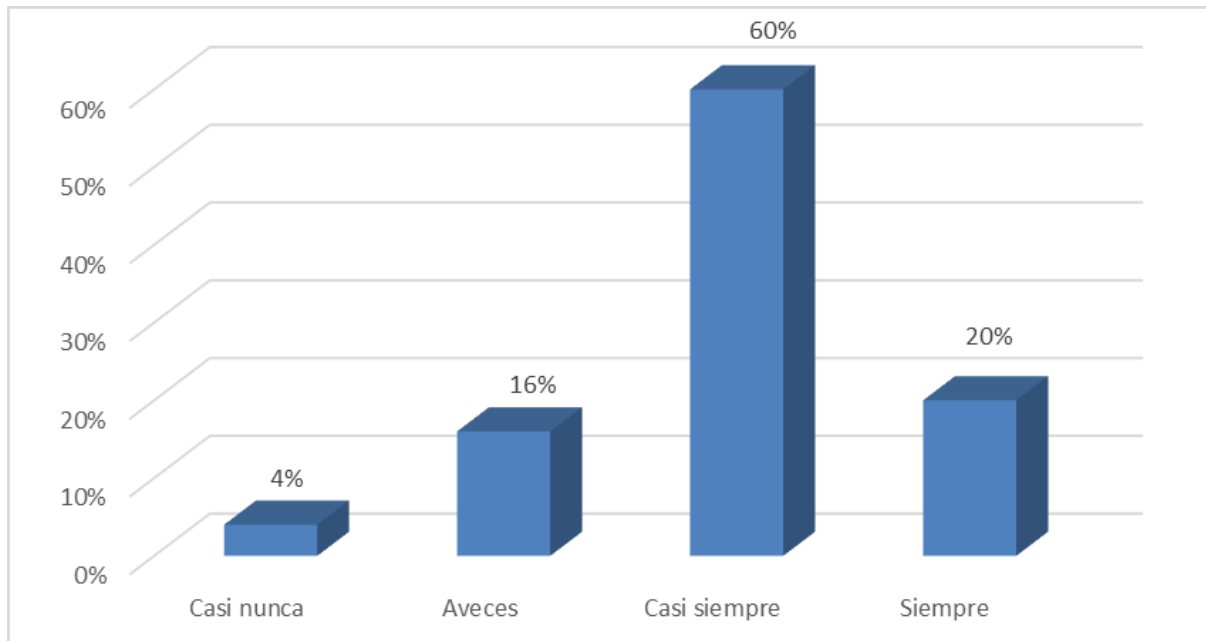
Tabla 6

Distribución de frecuencia y porcentajes de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	4	16%
Casi siempre	15	60%
Siempre	5	20%
Total	25	100%

Figura 1

Distribución de frecuencia y porcentajes de Responsabilidad Social Empresarial



En la tabla y figura se puede observar que un 60% de los encuestados perciben que la empresa casi siempre implementa prácticas de responsabilidad social empresarial, mientras que un 20% considera que siempre lo hace. Esto sugiere que la mayoría de los empleados son conscientes de los esfuerzos de la empresa por aplicar prácticas socialmente responsables. Sin embargo, el 16% indica que solo "a veces" y un 4% "casi nunca" perciben dichas prácticas, lo que puede apuntar a áreas en las que la empresa debe mejorar su comunicación interna o el alcance de sus iniciativas de responsabilidad social empresarial.

Se interpreta que la responsabilidad social empresarial en Decoblinds ejerce un impacto positivo y significativo en su rentabilidad, particularmente a través de sus

dimensiones económica, social y ambiental. La percepción de los empleados respalda que la implementación de prácticas de responsabilidad corporativa no solo mejora la imagen de la empresa y aumenta la satisfacción de los clientes, sino que también optimiza los procesos internos y fortalece la rentabilidad a largo plazo

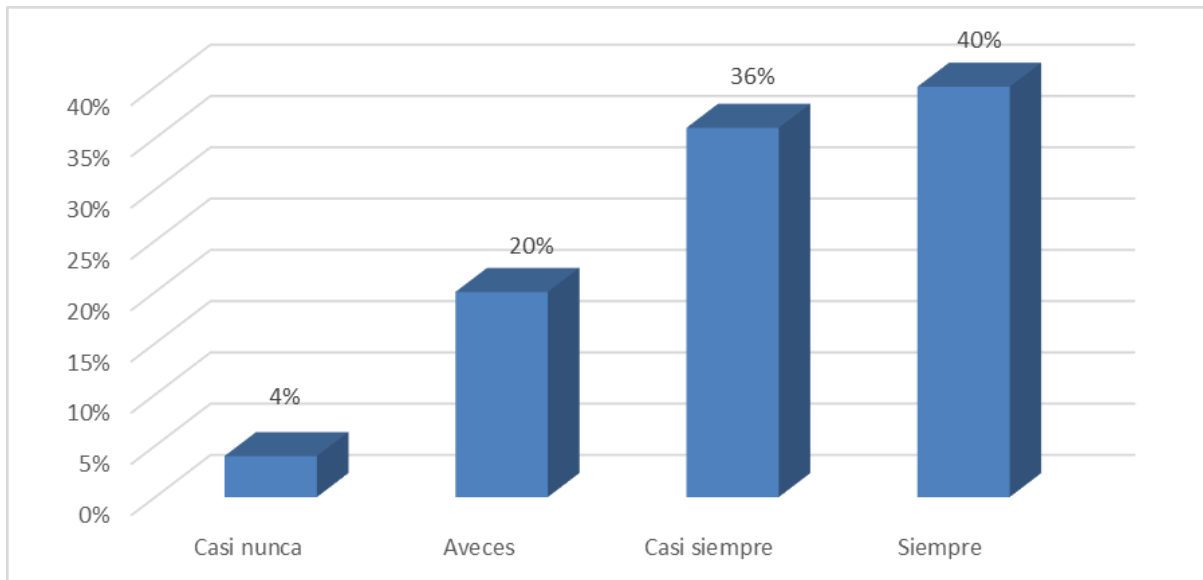
Tabla 7

Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Económica.

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	5	20%
Casi siempre	9	36%
Siempre	10	40%
Total	25	100%

Figura 2

Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Económica.



En la tabla y figura se puede observar que el 40% de los encuestados cree que las prácticas económicas de la RSE "siempre" se implementan y un 36% que "casi siempre". Esto significa que la mayoría de los trabajadores perciben que la empresa está tomando medidas significativas en cuanto a la calidad de servicio, optimización de recurso a través de prácticas sostenibles, generando valor económico en la empresa. Un 20% de los encuestados respondió que dichas acciones solo se implementan "a veces" y un 4% indicó que "casi nunca". Este último grupo podría estar vinculado a áreas específicas de la empresa donde no se aplican consistentemente las estrategias económicas de RSE, lo que podría implicar que hay sectores que no se están beneficiando completamente de las iniciativas de sostenibilidad.

Se interpreta que la empresa ha logrado implementar correctamente políticas orientadas a la mejora de la calidad del servicio y el cumplimiento de expectativas. Esto refleja un enfoque estratégico en la retención de clientes mediante la optimización de sus procesos y productos, lo cual contribuye a la generación de ingresos sostenidos.

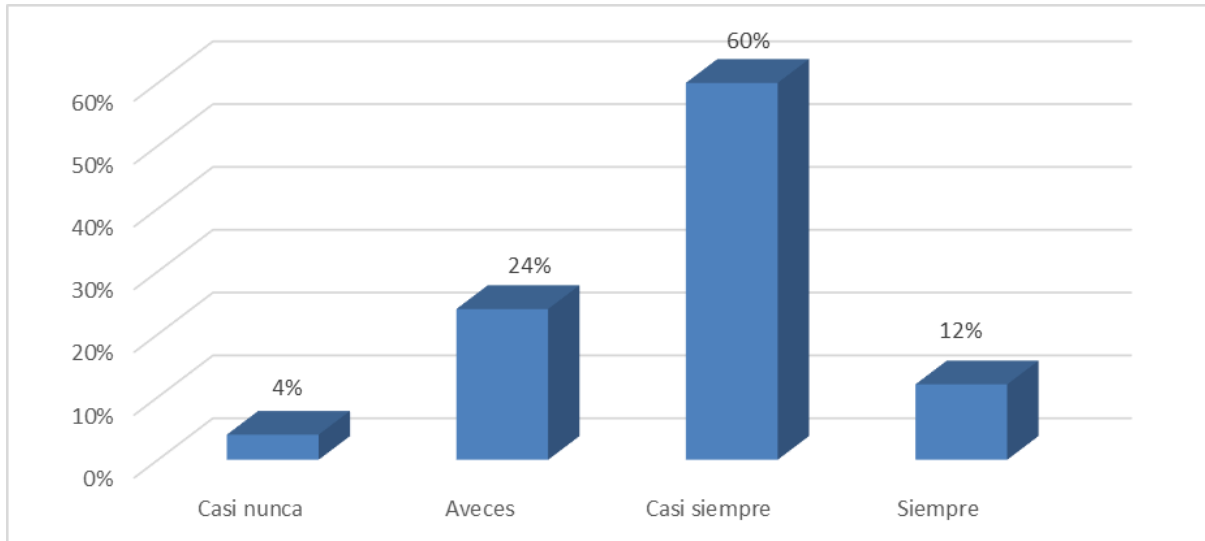
Tabla 8

Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Social.

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	6	24%
Casi siempre	15	60%
Siempre	3	12%
Total	25	100%

Figura 3

Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Social.



En la tabla y figura se puede observar el 60% de los encuestados perciben que las acciones sociales de la empresa casi siempre se realizan, mientras que el 12% consideran que estas siempre están presentes. Este dato refleja que una mayoría de los empleados valora el impacto positivo de la empresa en la sociedad, ya sea mediante programas de bienestar para los empleados, políticas inclusivas, o proyectos de responsabilidad social con la comunidad local. Sin embargo, el 24% de los trabajadores perciben que estas acciones solo ocurren "a veces" y un 4% cree que "casi nunca". Estos resultados sugieren que la empresa aún enfrenta desafíos para hacer que las acciones de RSE sean más visibles o impactantes en ciertas áreas de su estructura.

Se interpreta como el compromiso social de la empresa parece estar orientado a generar estabilidad y satisfacción entre los empleados, lo que fomenta un clima laboral

positivo. La satisfacción y la inclusión laboral son percibidos como factores que impactan directamente la productividad y el desempeño general. Estos factores refuerzan la relación positiva entre la inversión en capital humano y la rentabilidad empresarial.

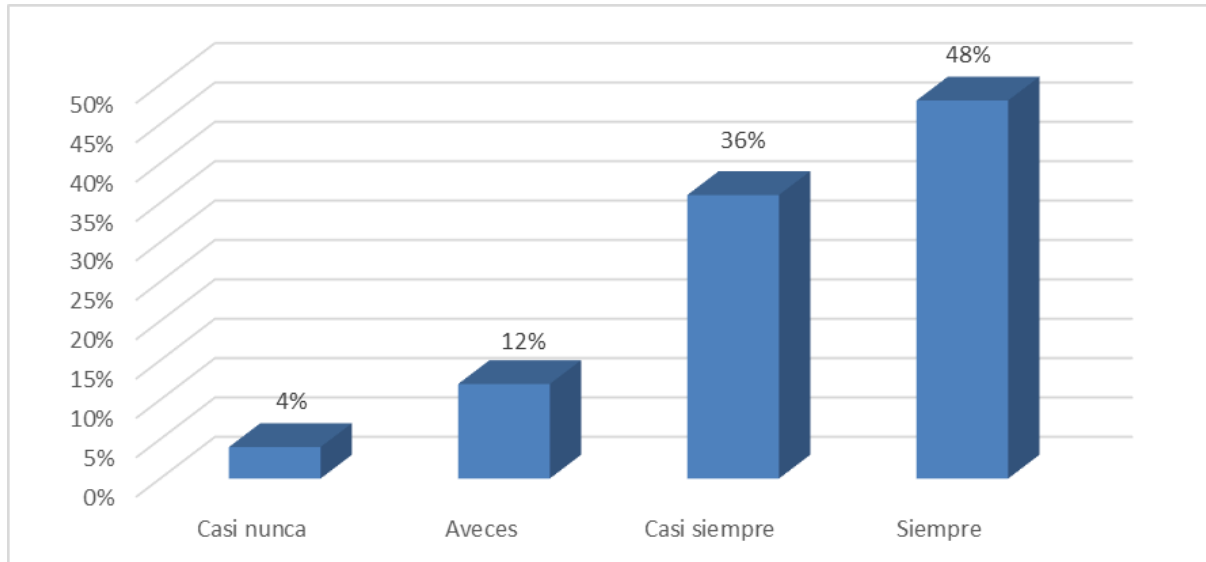
Tabla 9

Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Ambiental.

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	3	12%
Casi siempre	9	36%
Siempre	12	48%
Total	25	100%

Figura 4

Distribución de frecuencia y porcentajes de la dimensión Ambiental.



En la tabla y la figura se puede observar que el 48% de los encuestados considera que la empresa "siempre" implementa acciones ambientales, mientras que un 36% indicó que estas casi siempre se llevan a cabo. Esto implica que una mayoría percibe que la empresa está comprometida con la reducción del impacto ambiental, con esfuerzos significativos como la instalación de paneles solares y la reducción de materiales no reciclables en la producción. El 12% de los trabajadores percibe que la empresa solo "a veces" toma medidas ambientales, y un 4% piensa que estas acciones "casi nunca" se implementan. Esto podría ser un indicio de que las políticas medioambientales no están completamente integradas en todas las áreas de la empresa.

Se interpreta como la alta valoración de las políticas ambientales indica un fuerte compromiso de Decoblinds con la sostenibilidad. La implementación de técnicas como el uso

de materiales ecológicos y la eliminación controlada de residuos contribuye a minimizar el impacto ambiental de las operaciones, lo que no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también permite un ahorro a largo plazo al reducir los costos de energía y residuos. La percepción de los empleados sobre el impacto de estas políticas es positiva, lo cual sugiere que la empresa ha logrado integrar con éxito la sostenibilidad en su modelo de negocio.

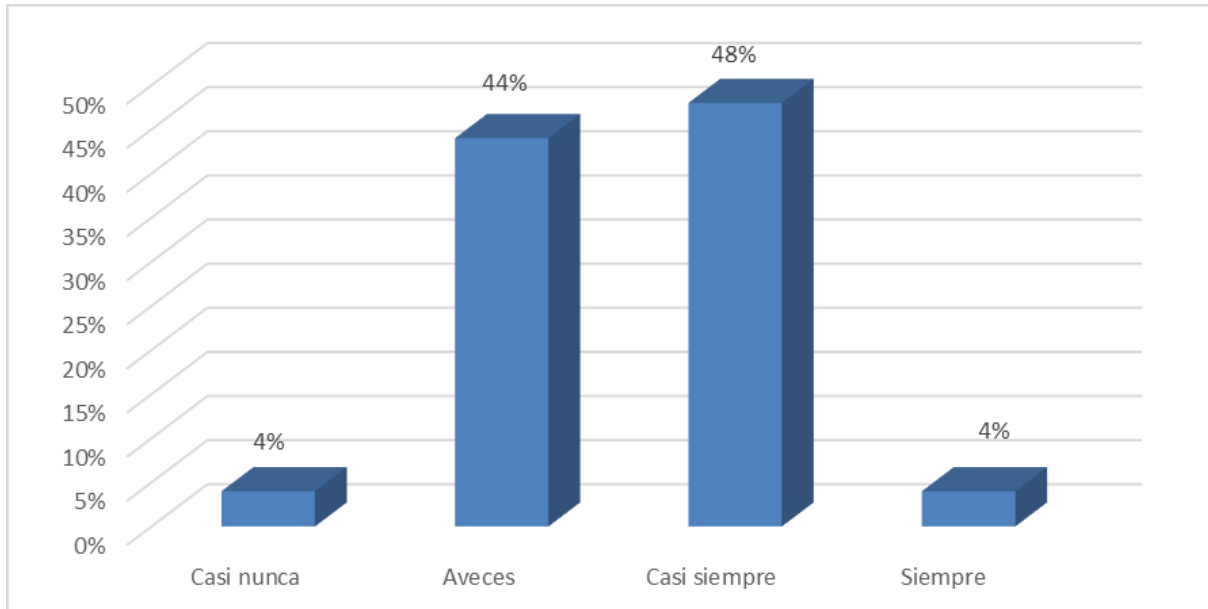
Tabla 10

Distribución de frecuencia y porcentajes de la variable Rentabilidad.

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	11	44%
Casi siempre	12	48%
Siempre	1	4%
Total	25	100%

Figura 5

Distribución de frecuencia y porcentajes de la variable Rentabilidad.



En la tabla y la figura se puede observar el 48% de los encuestados perciben que la empresa casi siempre es rentable, y solo un 4% indicó que "siempre". Esto sugiere que la mayoría ve un impacto positivo de las prácticas de RSE en los resultados financieros de la empresa, pero también que hay áreas donde los esfuerzos podrían ser mejorados para asegurar una rentabilidad más constante y visible. El 44% de los encuestados considera que la empresa "a veces" es rentable, lo que podría indicar fluctuaciones en los resultados financieros, posiblemente debido a la naturaleza competitiva del mercado o a la inversión en sostenibilidad que, aunque beneficiosa a largo plazo, puede tener efectos variables en el corto plazo.

Se interpreta que los empleados perciben que las prácticas de responsabilidad social empresarial no solo generan valor a corto plazo, sino que también contribuyen a la sostenibilidad financiera a largo plazo de la empresa. La implementación de políticas sociales y ambientales mejora la eficiencia operativa y la reputación corporativa, lo cual se traduce en una mayor captación de clientes y, en consecuencia, en la generación de ingresos sostenibles.

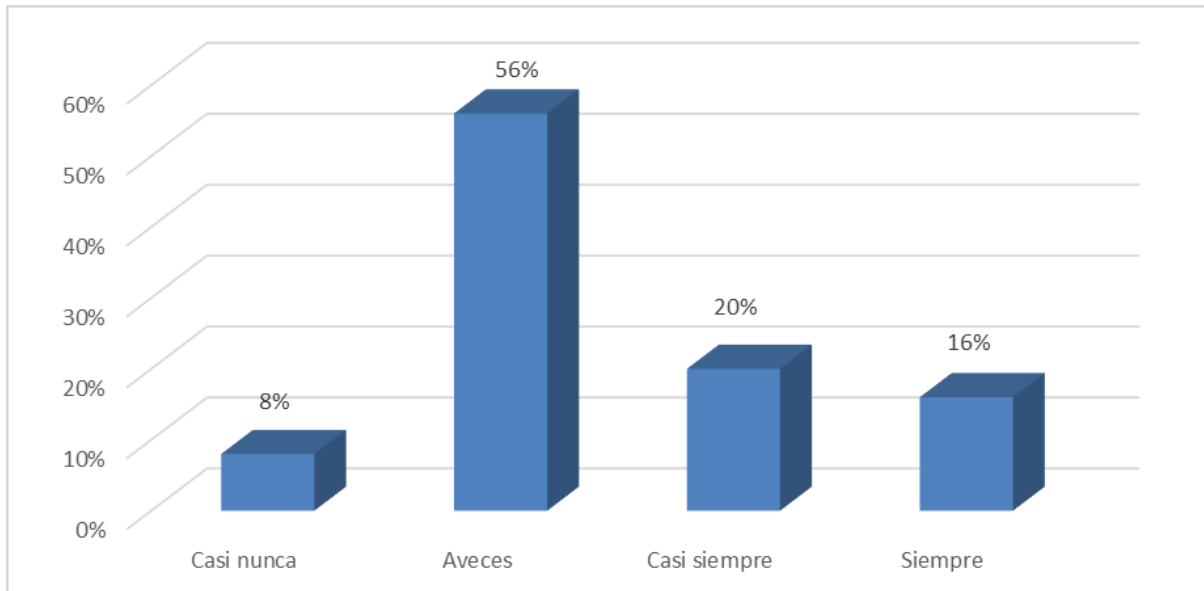
Tabla 11

Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad en relación con sus activos totales (ROA).

Opciones	N	%
Casi nunca	2	8%
A veces	14	56%
Casi siempre	5	20%
Siempre	4	16%
Total	25	100%

Figura 6

Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad en relación con sus activos totales (ROA).



En la tabla y la figura se puede observar el 56% de los encuestados considera que la empresa "a veces" es eficiente en la utilización de sus activos para generar beneficios, mientras que un 20% cree que esto ocurre "casi siempre". Solo un 8% indicó que "casi nunca" hay una relación positiva entre los activos y la rentabilidad.

Se interpreta que, según la percepción de los empleados, las políticas de responsabilidad social empresarial no siempre impactan de forma inmediata en la rotación de activos; sin embargo, cuando lo hacen, pueden fomentar la inversión y optimizar la eficiencia en el uso de los recursos. Esto sugiere que la RSE podría contribuir a que la empresa maximice el aprovechamiento de sus activos para generar ingresos adicionales.

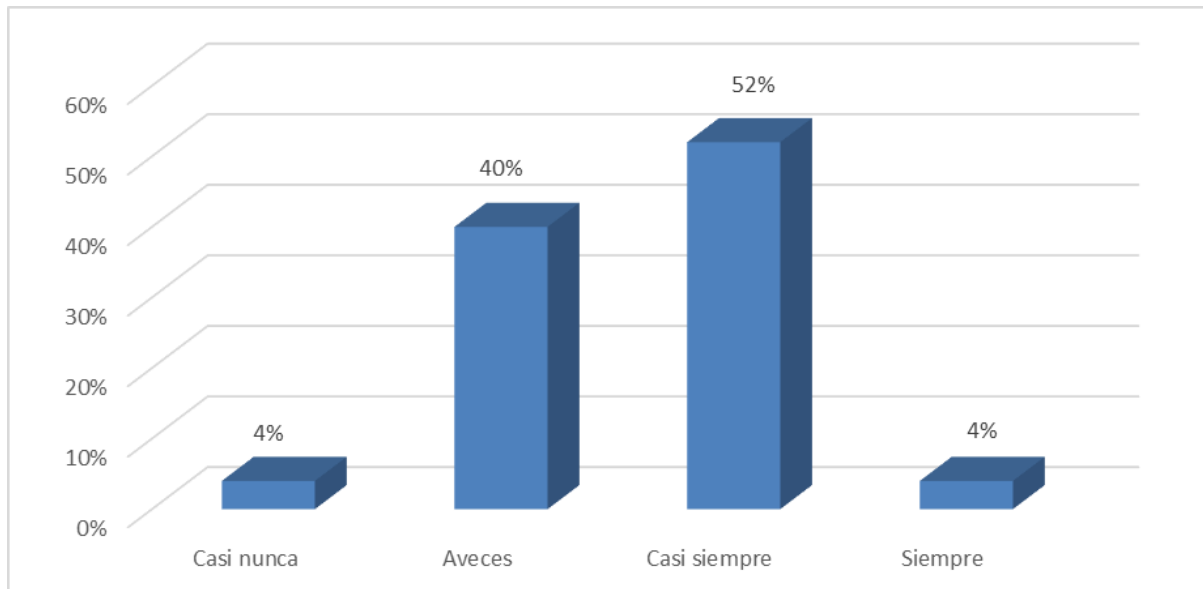
Tabla 12

Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	10	40%
Casi siempre	13	52%
Siempre	1	4%
Total	25	100%

Figura 7

Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).



En la tabla y la figura se puede observar el 52% de los encuestados creen que Decoblinds casi siempre genera una rentabilidad adecuada sobre su patrimonio, mientras que un 40% opina que esto ocurre "a veces". Esto indica que la empresa está utilizando de manera efectiva los fondos de los accionistas para generar valor, pero también señala una variabilidad en la rentabilidad en función de las condiciones del mercado o la eficiencia interna. El 4% que indicó que "casi nunca" existe esta relación positiva sugiere que, aunque la empresa en general parece rentable, en ciertos periodos o áreas puede haber fluctuaciones o problemas en la gestión de los recursos financieros. Esto podría estar relacionado con inversiones en sostenibilidad que aún no han rendido todos los frutos esperados a corto plazo.

Se interpreta como los empleados perciben que las iniciativas de responsabilidad social empresarial aumentan la rentabilidad desde el punto de vista del inversionista. La

satisfacción del personal y la mejora de la productividad generan un retorno más alto para los accionistas, reflejando así una sólida conexión entre el bienestar de los empleados y el rendimiento del capital.

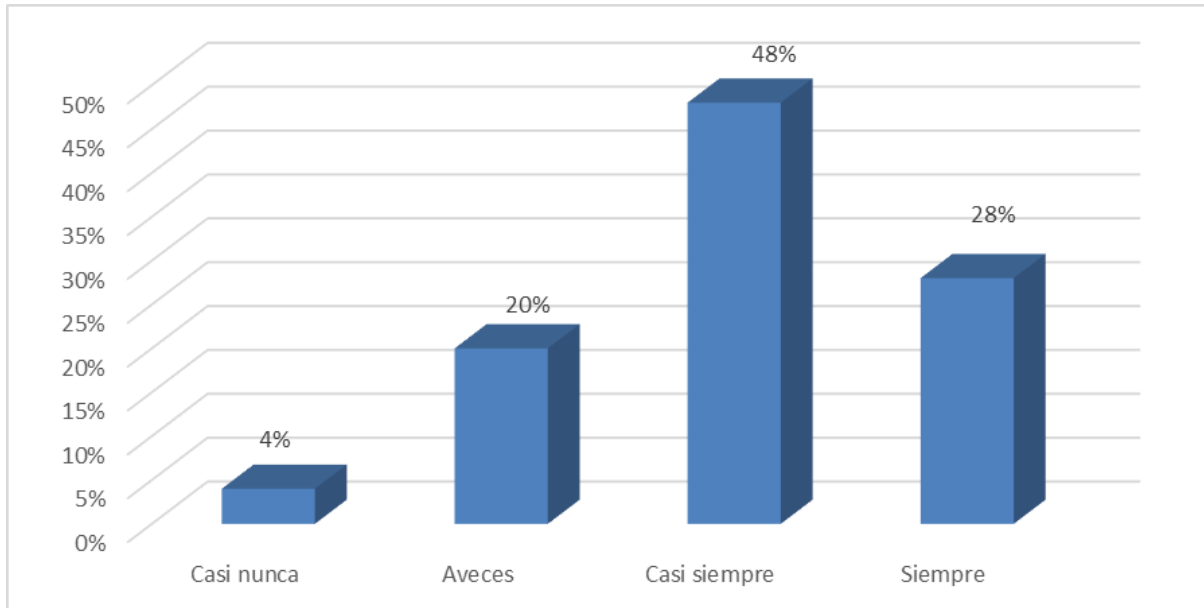
Tabla 13

Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Margen Neto.

Opciones	N	%
Casi nunca	1	4%
A veces	5	20%
Casi siempre	12	48%
Siempre	7	28%
Total	25	100%

Figura 8

Distribución de frecuencia y porcentajes de dimensión Margen Neto.



En la tabla y la figura se puede observar el 48% de los encuestados opina que la empresa casi siempre logra mantener un margen neto positivo, mientras que un 28% considera que esto ocurre "siempre". Esto refleja una alta eficiencia en términos de cómo Decoblinds gestiona sus ingresos y controla sus costos para maximizar sus beneficios netos. Sin embargo, un 20% de los encuestados indicó que esto solo ocurre "a veces", lo que puede sugerir que, aunque la empresa generalmente es rentable, puede haber periodos de fluctuación en los costos o en la generación de ingresos, posiblemente relacionados con el mercado o con inversiones recientes en sostenibilidad. El 4% de los encuestados que creen que "casi nunca" se logra un margen neto positivo pueden estar refiriéndose a áreas específicas o periodos donde los costos superan los ingresos, lo que podría implicar que aún hay espacio para mejorar el control de costos operativos y optimizar las fuentes de ingresos.

Se interpreta como la alta influencia de las políticas de responsabilidad social empresarial en el margen neto revela que las acciones dirigidas a la sostenibilidad y la responsabilidad social están teniendo un efecto directo sobre los costos y los ingresos de la empresa. Innovaciones en procesos productivos y servicios, así como la implementación de estrategias medioambientales, permiten a Decoblinds ofrecer productos de mayor calidad, lo que se traduce en un mayor margen de beneficio.

3.1.2. Resultados inferenciales

Hipótesis General

Tabla 14

Prueba de normalidad para la hipótesis General

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Responsabilidad Social Empresarial	0.816	25	0.000
Rentabilidad	0.810	25	0.000

Según la prueba de normalidad, ambas distribuciones son no paramétricas. Por ello, se opta por analizar la relación con la estadística de Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis

H1: La Responsabilidad Social Empresarial si se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

H0: La Responsabilidad Social Empresarial no se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

Nivel de confianza: 95%

Regla de decisión:

Si $p(\text{sig.}) \leq 0.05$; se acepta H1 y se rechaza H0

Si $p(\text{sig.}) > 0.05$; se rechaza H1 y se acepta H0

Tabla 15

Prueba de Hipótesis General

		Responsabilidad Social Empresarial	Rentabilidad
Responsabilidad Social Empresarial	Correlation Coefficient	1.000	.582**
	Sig. (2- tailed)		0.002
	N	25	25
Rentabilidad	Correlation Coefficient	.582**	1.000
	Sig. (2- tailed)	0.002	
	N	25	25

Decisión: Según la tabla se muestra que el valor $p(\text{sig.})$ es 0.002, menor a 0.050. Por lo tanto, se acepta la H1 y se rechaza la H0. Además, el valor de correlación es 0.582 e

implica una correlación positiva media. Por ello, se puede afirmar que, la responsabilidad social empresarial se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Lo cual sugiere que la empresa ha encontrado un equilibrio donde sus prácticas de responsabilidad social están alineadas con sus objetivos financieros. Este hallazgo destaca que la RSE no es solo una estrategia de buena reputación o una iniciativa ética, sino que también tiene un impacto tangible en los resultados financieros. Las prácticas de RSE pueden influir positivamente en la percepción de la marca por parte de los clientes, mejorar la eficiencia interna y promover un entorno laboral más satisfactorio, lo que genera una rentabilidad a largo plazo.

Hipótesis Especifica 1

Prueba de normalidad

Tabla 16

Prueba de normalidad para la hipótesis especifica 1

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Dimensión Económica	0.831	25	0.001
Rentabilidad	0.810	25	0.000

Según la prueba de normalidad ambas distribuciones son no paramétricas. Por ello, se opta por analizar la relación con la estadística de Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis

H1: La dimensión económica si se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

H0: La dimensión económica no se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

Nivel de confianza: 95%

Regla de decisión:

Si $p(\text{sig.}) \leq 0.05$; se acepta H1 y se rechaza H0

Si $p(\text{sig.}) > 0.05$; se rechaza H1 y se acepta H0

Tabla 17

Prueba de Hipótesis específica 1

		Dimensión Económica	Rentabilidad
Dimensión Económica	Correlation Coefficient	1.000	.479*
	Sig. (2-tailed)		0.015
	N	25	25
Rentabilidad	Correlation Coefficient	.479*	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.015	
	N	25	25

Decisión: Según la tabla, el valor p (sig.) es 0.015, menor a 0.050, lo cual lleva a aceptar la H1 y rechazar la H0. Además, el coeficiente de correlación es de 0.479, indicando una correlación positiva débil. En consecuencia, se puede afirmar que la dimensión económica se relaciona de manera significativa con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, ubicada en el distrito de Miraflores, en el año 2023. Esto indica que las acciones orientadas a mejorar la calidad de los servicios y productos, optimizar los recursos y generar valor económico están teniendo un impacto positivo, aunque moderado, en la rentabilidad. Sin embargo, una correlación débil podría significar que hay aspectos económicos específicos que no están siendo aprovechados al máximo o que la empresa podría fortalecer sus políticas para un impacto financiero más directo.

Hipótesis Especifica 2

Prueba de normalidad

Tabla 18

Prueba de normalidad para la hipótesis especifica 2

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Dimensión Social	0.820	25	0.000
Rentabilidad	0.810	25	0.000

De acuerdo con la prueba de normalidad, ambas distribuciones son no paramétricas, por lo que se opta por analizar la relación utilizando la estadística Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis

H1: La dimensión social si se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

H0: La dimensión social no se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

Nivel de confianza: 95%

Regla de decisión:

Si $p(\text{sig.}) \leq 0.05$; se acepta H1 y se rechaza H0

Si $p(\text{sig.}) > 0.05$; se rechaza H1 y se acepta H0

Tabla 19

Prueba de Hipótesis específica 2

		Dimensión Social	Rentabilidad
Dimensión Social	Correlation Coefficient	1.000	.618**
	Sig. (2-tailed)		0.001
	N	25	25
Rentabilidad	Correlation Coefficient	.618**	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.001	
	N	25	25

Decisión: Según la tabla, el valor p (sig.) es 0.001, inferior a 0.050, lo que permite aceptar la H1 y rechazar la H0. Además, el coeficiente de correlación es 0.618, lo cual indica una correlación positiva moderada. Por consiguiente, se puede afirmar que la dimensión social se relaciona de manera significativa con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, en el distrito de Miraflores, en el año 2023. Lo que sugiere que las iniciativas orientadas al bienestar del personal y las políticas inclusivas están directamente relacionadas con la rentabilidad de Decoblinds. Esta relación destaca la importancia de la satisfacción laboral, el clima organizacional y la inclusión, que no solo mejoran la productividad, sino que también reducen la rotación de personal y fomentan un mayor compromiso. Por lo tanto, el enfoque en los empleados y su bienestar parece ser una estrategia clave para asegurar el crecimiento financiero sostenible de la empresa.

Hipótesis Específica 3

Prueba de normalidad

Tabla 20

Prueba de normalidad para la hipótesis específica 3

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Dimensión Ambiental	0.786	25	0.000
Rentabilidad	0.810	25	0.000

Según la prueba de normalidad ambas distribuciones son no paramétricas. Por ello, se opta por analizar la relación con la estadística de Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis

H1: La dimensión ambiental si se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

H0: La dimensión ambiental no se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.

Nivel de confianza: 95%

Regla de decisión:

Si $p(\text{sig.}) \leq 0.05$; se acepta H1 y se rechaza H0

Si $p(\text{sig.}) > 0.05$; se rechaza H1 y se acepta H0

Tabla 21

Prueba de Hipótesis específica 3

		Dimensión Ambiental	Rentabilidad
Dimensión Ambiental	Correlation Coefficient	1.000	.563**
	Sig. (2-tailed)		0.003
	N	25	25
Rentabilidad	Correlation Coefficient	.563**	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.003	
	N	25	25

Decisión: De acuerdo con la tabla, el valor p (sig.) es 0.003, menor a 0.050, lo que lleva a aceptar la H1 y rechazar la H0. Además, el coeficiente de correlación es 0.563, indicando una correlación positiva moderada. Esto permite afirmar que la dimensión ambiental se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, en el distrito de Miraflores, en 2023. Este resultado podría explicarse por la reducción de costos operativos mediante una mayor eficiencia energética o por una percepción mejorada de la marca entre los clientes, lo cual impacta favorablemente en las ventas y en la lealtad hacia la marca.

3.2. Resultados obtenidos mediante la aplicación de la Guía de entrevista

3.2.1 Descripción de Resultados

Con la finalidad de tener un mejor manejo y practicidad de la información, se han codificado los nombres de los entrevistados de la siguiente manera:

Entrevistado 1 (E1): En referencia a Angelica Cuenca Colchado, Gerente de administración y Finanzas en Decoblinds.

Entrevistado 2 (E2): En referencia a Jenny Arbulu Hernán, jefa de Recursos Humanos en Decoblinds.

Entrevistado 3 (E3): En referencia a Clever Paredes Cartagena, Contador General en Decoblinds.

Tabla 22

Entrevista sobre las estrategias específicas de implementación de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la rentabilidad.

Pregunta 1

¿Qué estrategias específicas ha implementado Decoblinds en términos de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar su rentabilidad?

E1

Puedo señalar que Decoblinds ha implementado varias estrategias específicas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que han contribuido a mejorar su rentabilidad, las cuales son:

Decoblinds ha trabajado para asegurar que su cadena de suministro esté alineada con prácticas sostenibles. Esto incluye la selección de proveedores que cumplen con estándares ambientales y sociales, la reducción del uso de materiales no reciclables, y la implementación de procesos de producción más eficientes y menos contaminantes. Estas prácticas han permitido a Decoblinds reducir costos operativos a través de una mayor eficiencia y menor desperdicio de materiales. Además, al alinearse con proveedores sostenibles, la empresa ha mejorado su reputación, lo que ha atraído a clientes que valoran la responsabilidad ambiental, incrementando así las ventas.

Decoblinds ha implementado programas de bienestar para sus empleados, que incluyen capacitaciones en sostenibilidad, salud y seguridad, así como iniciativas para fomentar un mejor equilibrio entre la vida laboral y personal. Estos programas no solo tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de los empleados, sino también incrementar su compromiso y productividad. Al elevar la satisfacción y el bienestar del personal, Decoblinds ha logrado reducir la rotación y el ausentismo, disminuyendo así los costos relacionados con la contratación y capacitación de nuevos empleados. Un equipo más comprometido y productivo ha contribuido, además, a una mayor eficiencia operativa y a una mejora en la calidad de los productos, lo cual se refleja en un incremento del ingreso.

La empresa ha invertido en la instalación de paneles solares en sus instalaciones y en la utilización de energías renovables para sus operaciones. Esto no solo reduce la huella de carbono de Decoblinds, sino que también disminuye los costos a largo plazo asociados con el consumo de energía. La inversión en energías renovables ha permitido a Decoblinds reducir significativamente sus costos energéticos.

E2

Decoblinds ha desarrollado programas integrales de bienestar que incluyen beneficios de salud, equilibrio entre la vida laboral y personal, y oportunidades de desarrollo profesional. Estos programas están diseñados para mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados.

Decoblinds ha implementado programas de voluntariado corporativo en los que los empleados participan en proyectos comunitarios, como la mejora de espacios públicos y la educación ambiental. Además, la empresa apoya activamente a organizaciones locales a través de donaciones y colaboración en iniciativas sociales.

Decoblinds desarrollado prácticas sostenibles en toda su cadena de suministro, desde la selección de proveedores que cumplen con estándares ambientales hasta la optimización del uso de recursos y la reducción de desechos. Esto incluye la inversión en tecnologías limpias y la reducción del impacto ambiental en sus operaciones diarias.

Decoblinds se ha comprometido a crear un ambiente de trabajo inclusivo y diverso. La empresa ha implementado políticas que promueven la igualdad de oportunidades y ha desarrollado programas para capacitar a los empleados en temas de diversidad e inclusión.

E3

Decoblinds ha implementado varias estrategias de sostenibilidad empresarial que han impactado positivamente su rentabilidad. Sus estrategias son:

Eficiencia en la Gestión de Recursos: Implementación de prácticas sostenibles en la producción y cadena de suministro para reducir costos operativos y desperdicios.

Inversión en Bienestar Laboral: Programas de bienestar para empleados que mejoran la productividad y reducen la rotación, lo que a su vez reduce costos relacionados con la contratación y capacitación.

Innovación en Productos Sostenibles: Desarrollo de productos con materiales reciclados y procesos de fabricación sostenibles que atraen a consumidores conscientes del medio ambiente, permitiendo a la empresa diferenciarse en el mercado y aumentar las ventas.

Interpretación:

Las respuestas de los tres entrevistados coinciden en que las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por Decoblinds, tales como la sostenibilidad en su cadena de suministro, los programas de bienestar para empleados y la inversión en energías renovables, han incrementado la rentabilidad al reducir costos y optimizar la eficiencia operativa, al tiempo que mejoran la imagen de la empresa y su capacidad de atraer clientes.

Tabla 23

Entrevista sobre el impacto en la implementación de políticas de Responsabilidad Social y métricas utilizadas.

Pregunta 2

¿Cómo ha impactado la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la rentabilidad de Decoblinds, y qué métricas se utilizan para medir este impacto financiero?

E1

Puedo afirmar que la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Decoblinds ha tenido un impacto positivo y significativo en la rentabilidad de la empresa. Estas políticas no solo han fortalecido la imagen corporativa y la relación con los stakeholders, sino que también han mejorado los resultados financieros a largo plazo.

Las métricas empleadas fueron las siguientes:

Margen de Beneficio Bruto: Se evalúa periódicamente para analizar cómo la reducción de costos operativos, impulsada por prácticas sostenibles, influye en la rentabilidad.

Tasa de Crecimiento de Ventas: Esta métrica permite medir el efecto de las políticas de responsabilidad social en el incremento de ventas, especialmente en nuevos segmentos de mercado atraídos por el compromiso de sostenibilidad de la empresa.

Retención de Personal y Tasa de Rotación: Estas se monitorean para evaluar la efectividad de los programas de bienestar y su impacto en la estabilidad del equipo de trabajo.

Retorno sobre la Inversión (ROI) en Proyectos de Responsabilidad Social: Calculamos el ROI de iniciativas de responsabilidad empresarial específicas, como la instalación de paneles solares o programas de reciclaje, para medir su impacto financiero directo.

Valor de Marca y Reputación: Aunque más difícil de cuantificar, se utiliza para evaluar el impacto de la RSE en la percepción del público y la fidelización de los clientes.

E2

La implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial ha tenido un impacto positivo y directo en la rentabilidad de Decoblinds. Las métricas como la tasa de retención de empleados, la productividad, el crecimiento de ventas, la satisfacción del cliente, y la eficiencia operativa son utilizadas para medir este impacto. Estas métricas no solo permiten evaluar el éxito de nuestras políticas de sostenibilidad empresarial, sino que también proporcionan una visión clara de cómo estas políticas contribuyen a la sostenibilidad financiera de la empresa.

E3

La implementación de políticas de sostenibilidad empresarial ha mejorado la rentabilidad de Decoblinds a través de la reducción de costos operativos, mejora de la eficiencia, y el aumento de ingresos debido a una mayor lealtad y atracción de clientes. Las métricas utilizadas para medir este impacto incluyen:

Margen de Beneficio Bruto: Para evaluar la eficiencia operativa y la reducción de costos.

Crecimiento de Ventas: Indicando el aumento de ingresos provenientes de productos sostenibles.

Retorno sobre la Inversión (ROI): Para medir la rentabilidad de proyectos específicos de RSE.

Tasa de Retención de Empleados: Relacionada con el impacto de las políticas de bienestar laboral en la reducción de costos.

Interpretación:

Las respuestas de los tres entrevistados demuestran que Decoblinds utiliza una combinación de métricas financieras y no financieras, como el margen de beneficio bruto, el crecimiento de ventas, el ROI, la retención de empleados y la satisfacción del cliente, para medir el impacto de sus políticas de responsabilidad empresarial en la rentabilidad. Estas métricas permiten evaluar cómo la responsabilidad social empresarial contribuye tanto a la

reducción de costos operativos como al aumento de ingresos a través de una mayor eficiencia, lealtad de clientes y mejora de la reputación de la empresa.

Tabla 24

Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial – Calidad de los servicios

<p>Pregunta 3</p> <p>¿La empresa brinda servicios de alta calidad como parte de su Responsabilidad Social Empresarial?</p>
<p>E1</p> <p>Sí, Decoblinds brinda servicios de alta calidad como parte fundamental de su Responsabilidad Social Empresarial. Consideramos que la calidad no solo es una obligación hacia nuestros clientes, sino también una responsabilidad hacia la sociedad en su conjunto. Al mantener altos estándares de calidad, aseguramos que nuestros productos y servicios no solo sean eficaces y duraderos, sino que también contribuyan a la sostenibilidad y al bienestar de la comunidad. Este enfoque holístico hacia la calidad es lo que define nuestro compromiso con la RSE y refuerza nuestra posición como un líder en la industria.</p>
<p>E2</p> <p>Brindar servicios de alta calidad es como una parte integral de su Responsabilidad Social Empresarial. Al mantener altos estándares de calidad, certificaciones relevantes, innovación continua y un enfoque en la satisfacción del cliente, aseguramos que nuestros servicios no solo sean efectivos y confiables, sino también alineados con nuestros principios de sostenibilidad y responsabilidad social. Este enfoque holístico hacia la calidad es esencial para mantener la confianza de nuestros clientes y para asegurar el éxito a largo plazo de la empresa.</p>
<p>E3</p> <p>Sí, Decoblinds integra la calidad de sus servicios como una parte clave de su RSE. La empresa asegura que todos sus productos y servicios cumplen con altos estándares de calidad, lo que no solo satisface a los clientes, sino que también reduce los costos de postventa y mejora la reputación de la empresa en el mercado.</p>

Interpretación:

Las respuestas de los tres entrevistados indican que Decoblinds incorpora la calidad en sus productos y servicios como un componente fundamental de su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial. La calidad es percibida no solo como una responsabilidad hacia los clientes, sino también como un compromiso con la sociedad, la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de la empresa. Este enfoque integral ofrece beneficios tanto en términos de satisfacción del cliente como en eficiencia operativa y fortalecimiento de la reputación de Decoblinds.

Tabla 25*Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial – Satisfacción Laboral.***Pregunta 4**

¿La satisfacción laboral es parte del compromiso de Responsabilidad Social Empresarial en la organización?

E1

La satisfacción laboral es una parte integral de nuestro compromiso de Responsabilidad Social Empresarial. Entendemos que un entorno de trabajo positivo, inclusivo y orientado al bienestar de los empleados es clave para el éxito sostenible de la empresa. Al invertir en la satisfacción de nuestros empleados, no solo cumplimos con nuestras responsabilidades sociales, sino que también fortalecemos nuestra capacidad para crecer y prosperar en el mercado. Este enfoque holístico hacia la satisfacción laboral subraya nuestra dedicación a ser una organización responsable y exitosa.

E2

Sí, la satisfacción laboral es una parte fundamental del compromiso de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en nuestra organización. Como jefa de recursos humanos, puedo afirmar que Decoblinds reconoce que el bienestar y la satisfacción de nuestros empleados son esenciales no solo para el éxito operativo de la empresa, sino también para cumplir con nuestras responsabilidades sociales y éticas.

E3

Sí, la satisfacción laboral es un componente integral del compromiso de RSE de Decoblinds. La empresa implementa programas de bienestar, capacitación y desarrollo profesional que aumentan la satisfacción y retención de los empleados. Estos esfuerzos no solo contribuyen a un ambiente de trabajo positivo, sino que también resultan en una mayor productividad y menores costos operativos.

Interpretación:

Los tres entrevistados reflejan que la satisfacción laboral es una parte fundamental del compromiso de RSE de Decoblinds. La empresa considera que invertir en el bienestar y desarrollo de sus empleados no solo es una responsabilidad social, sino que también tiene un impacto directo en su crecimiento sostenible, eficiencia operativa y productividad. Este compromiso con la satisfacción laboral se traduce en un entorno de trabajo positivo que fortalece tanto el desempeño interno como la reputación de la empresa.

Tabla de resultados**Tabla 26***Entrevista sobre Responsabilidad Social Empresarial – Políticas Medioambientales.***Pregunta 5**

¿La empresa cumple con las políticas para reducir el impacto sobre el medioambiente?

E1

Sí, como gerente de administración y finanzas, puedo afirmar que nuestra empresa cumple estrictamente con las políticas establecidas para minimizar el impacto ambiental. La sostenibilidad ambiental es un pilar fundamental de nuestra estrategia corporativa, y hemos implementado diversas iniciativas para asegurar que nuestras operaciones sean lo más respetuosas posible con el entorno.

E2

Sí, cumple con todas las políticas necesarias para reducir su impacto sobre el medioambiente. Desde la gestión eficiente de recursos y la adopción de tecnologías limpias hasta el cumplimiento normativo y la sensibilización de los empleados, nuestra empresa está comprometida con la sostenibilidad ambiental en todas sus operaciones. Este enfoque no solo protege el entorno, sino que también fortalece nuestra reputación como una empresa responsable y sostenible, lo que es esencial para el éxito a largo plazo de la organización.

E3

Decoblinds cumple con políticas estrictas para reducir su impacto ambiental, como la implementación de tecnologías limpias, la optimización del uso de recursos y la gestión eficiente de residuos. Estas políticas no solo minimizan la huella ecológica de la empresa, sino que también reducen costos a largo plazo y mejoran la percepción de la marca entre consumidores e inversionistas.

Interpretación:

Los tres entrevistados coinciden en que Decoblinds cumple estrictamente con las políticas para reducir su impacto ambiental. Las estrategias incluyen la implementación de tecnologías limpias, la gestión eficiente de recursos y residuos, y el cumplimiento normativo. Estas iniciativas no solo minimizan la huella ecológica de la empresa, sino que también contribuyen a su éxito económico y mejoran su reputación en el mercado. La sostenibilidad ambiental está integrada de manera estratégica en la operación y crecimiento de Decoblinds, siendo una parte esencial de su compromiso con la responsabilidad social.

Tabla 27*Entrevista sobre Rentabilidad – Política de Dividendos***Pregunta 6**

¿Las políticas de dividendos permiten contar con utilidades para ser reinvertidos en acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

E1

Nuestras políticas de dividendos están diseñadas para garantizar que la empresa pueda continuar financiando acciones de Responsabilidad Social Empresarial sin comprometer los retornos a los accionistas. Esta estrategia equilibrada permite a la empresa mantener su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, mientras garantiza la generación de valor a largo plazo para los accionistas. La flexibilidad y transparencia de nuestras políticas financieras son fundamentales para alcanzar este equilibrio y para reforzar tanto la rentabilidad como el impacto positivo de la empresa en la sociedad y el medio ambiente

E2

Están estructuradas de manera que permiten a la empresa contar con utilidades suficientes para ser reinvertidas en acciones de Responsabilidad Social Empresarial. Asegura que la empresa puede continuar financiando iniciativas de RSE que son cruciales para su misión y visión, al mismo tiempo que cumple con sus obligaciones hacia los accionistas. La flexibilidad y el equilibrio de nuestras políticas financieras son fundamentales para sostener el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social, favoreciendo el éxito a largo plazo de la organización.

E3

Sí, las políticas de dividendos de Decoblinds están diseñadas para equilibrar la distribución de utilidades a los accionistas con la retención de ganancias para reinversión en iniciativas de RSE. Esto permite a la empresa continuar financiando proyectos de sostenibilidad que, a su vez, mejoran la rentabilidad y la reputación a largo plazo.

Interpretación:

Las respuestas de los tres entrevistados reflejan que las políticas de dividendos de Decoblinds permiten contar con utilidades para ser reinvertidas en acciones de Responsabilidad Social Empresarial sin comprometer los intereses de los accionistas. Este equilibrio estratégico entre la distribución de utilidades y la reinversión en responsabilidad social empresarial permite a la empresa fortalecer su compromiso con la sostenibilidad, mejorar su rentabilidad a largo plazo y consolidar su reputación en el mercado. La flexibilidad financiera es un elemento clave en la estructura de estas políticas, garantizando que Decoblinds pueda continuar financiando proyectos que generan valor tanto para la sociedad como para los accionistas.

Tabla 28*Entrevista sobre Rentabilidad - Inversionistas***Pregunta 7**

¿La implementación de estrategias de responsabilidad social empresarial, permite obtener rentabilidad sobre el patrimonio para los inversionistas?

E1

La implementación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no solo es compatible con la rentabilidad sobre el patrimonio, sino que también puede ser un impulsor clave para optimizarla. Al mejorar la reputación, reducir costos, abrir nuevos mercados y gestionar los riesgos de manera efectiva, la sostenibilidad empresarial contribuye a crear valor tanto para la empresa como para sus inversionistas. Esta combinación de beneficios financieros y sostenibilidad empresarial es esencial para asegurar un crecimiento rentable y duradero, lo que a su vez maximiza el retorno sobre el patrimonio a largo plazo.

E2

La implementación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no solo es compatible con la rentabilidad sobre el patrimonio, sino que también puede ser un impulsor clave para incrementarla. Mediante la mejora de la reputación, la reducción de costos, la atracción de inversionistas sostenibles y una gestión de riesgos eficaz, la responsabilidad social empresarial contribuye a generar valor tanto para la empresa como para sus inversionistas. Este enfoque exitoso no solo garantiza un retorno financiero sólido, sino que también asegura la sostenibilidad y continuidad a largo plazo de la organización, beneficiando directamente a quienes invierten en ella.

E3

Sí, la implementación de estrategias de responsabilidad social puede aumentar la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) al mejorar la eficiencia operativa, reducir riesgos y atraer clientes y mercados que valoran la sostenibilidad. La responsabilidad social

también puede reducir el costo de capital al hacer que la empresa sea más atractiva para fondos de inversión ética y sostenible.

Interpretación:

Las respuestas de los tres entrevistados indican que la implementación de estrategias de sostenibilidad empresarial no solo permite obtener rentabilidad sobre el patrimonio, sino que también puede ser un motor clave para mejorarla. La responsabilidad empresarial impulsa la eficiencia operativa, mejora la reputación, reduce costos y atrae a inversionistas sostenibles y nuevos mercados. Estos factores contribuyen al crecimiento a largo plazo, garantizando un retorno sólido para los inversionistas mientras se fortalece el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Tabla 29*Encuesta sobre Rentabilidad - Inversionista***Pregunta 8**

¿La práctica de Responsabilidad Social Empresarial promueve la llegada de nuevos inversionistas?

E1

Sí, la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede ser un factor determinante para atraer nuevos inversionistas a la empresa. Como gerente de administración y finanzas, puedo afirmar que las estrategias de sostenibilidad empresarial no solo mejoran la imagen y la reputación de la empresa, sino que también la hacen más atractiva para los inversionistas que buscan oportunidades de inversión sostenibles y responsables.

E2

Sí, la práctica de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede ser un factor clave para atraer nuevos inversionistas a nuestra organización. Se puede afirmar que las estrategias sostenibilidad empresarial no solo mejoran la imagen y reputación de Decoblinds.

E3

Sí, la práctica de responsabilidad social puede atraer nuevos inversionistas, especialmente aquellos interesados en inversiones sostenibles y socialmente responsables. Al mejorar la reputación y reducir los riesgos operativos y regulatorios.

Interpretación:

Las respuestas de los tres entrevistados coinciden en que la práctica de sostenibilidad no solo mejora la reputación de Decoblinds, sino que también la convierte en una opción más atractiva para los inversionistas interesados en sostenibilidad y responsabilidad social. La responsabilidad social empresarial atrae a inversionistas éticos que valoran tanto el impacto social como la reducción de riesgos operativos y regulatorios, lo que fortalece la capacidad de la empresa para captar nuevos capitales. En resumen, la responsabilidad social empresarial promueve activamente la llegada de nuevos inversionistas al mejorar la seguridad, el atractivo y el compromiso responsable de la empresa.

Tabla 30

Encuesta sobre Rentabilidad – Utilidad Neta

Pregunta 9

¿Las decisiones tomadas por la gerencia en temas sobre Responsabilidad Social Empresarial influyen en la Utilidad neta?

E1

Las decisiones gerenciales relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial influyen directamente en la utilidad neta de la empresa. Cuando se gestionan de manera eficaz, estas decisiones pueden disminuir costos, aumentar ingresos, mejorar la eficiencia y mitigar riesgos, lo que en conjunto contribuye a maximizar la rentabilidad. En este sentido, la responsabilidad social no solo representa un compromiso ético, sino también una estrategia empresarial que puede potenciar el éxito financiero y asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

E2

Las decisiones estratégicas que toma la gerencia en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tienen un impacto significativo en la utilidad neta de la empresa. Al reducir costos, incrementar ingresos, mejorar la productividad y acceder a nuevos mercados, la responsabilidad social no solo cumple con nuestras obligaciones sociales, sino que también contribuye de manera tangible a la rentabilidad y sostenibilidad financiera de la empresa. Estas decisiones reflejan una comprensión holística de cómo las prácticas responsables pueden integrarse efectivamente en el modelo de negocio para maximizar los beneficios tanto sociales como financieros.

E3

Sí, las decisiones en temas de responsabilidad social empresarial pueden influir directamente en la utilidad neta. La implementación de prácticas sostenibles puede reducir costos operativos, mientras que el enfoque en bienestar laboral puede aumentar la productividad. Además, la mejora de la reputación y la lealtad del cliente puede aumentar los ingresos, todo lo cual contribuye positivamente a la utilidad neta.

Interpretación:

Las respuestas de los entrevistados coinciden en que las decisiones tomadas por la gerencia en temas de responsabilidad social empresarial tienen un impacto significativo en la utilidad neta. Estas decisiones permiten reducir costos, mejorar la productividad, acceder a nuevos mercados, incrementar ingresos y fortalecer la reputación de la empresa, lo que en conjunto maximiza la rentabilidad y garantiza la sostenibilidad financiera a largo plazo. La sostenibilidad empresarial, por tanto, se presenta no solo como una responsabilidad ética, sino como una estrategia clave que impulsa tanto el éxito financiero como el impacto social positivo de la organización.

Tabla 31

Entrevista sobre recomendaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial y la Rentabilidad.

<p>Pregunta 10</p> <p>Brinde dos recomendaciones sobre la Responsabilidad social empresarial y la rentabilidad en la empresa Decoblinds.</p>
<p style="text-align: center;">E1</p> <p>Desarrollar y expandir una línea de productos sostenibles que utilicen materiales reciclados y procesos de fabricación ecológicos. Al mismo tiempo, comunicar de manera efectiva los beneficios ambientales de estos productos a los clientes.</p> <p>Invertir en programas de bienestar laboral que incluyan formación continua, un equilibrio entre la vida laboral y personal, y un entorno de trabajo inclusivo y seguro. Además, promover la participación de los empleados en iniciativas de responsabilidad social para fortalecer su compromiso con la empresa.</p>
<p style="text-align: center;">E2</p> <p>Desarrollar programas que involucren activamente a los empleados en las iniciativas de responsabilidad social, como el voluntariado corporativo, proyectos de sostenibilidad y campañas de concientización ambiental. Además, reconocer y recompensar a aquellos empleados que muestren un compromiso destacado con estas iniciativas.</p> <p>Revisar y optimizar la cadena de suministro para asegurar que todos los proveedores cumplan con estándares de sostenibilidad y responsabilidad social. Esto incluye la selección de proveedores que utilicen materiales reciclados, prácticas de producción ética, y que minimicen su impacto ambiental. También, invertir en tecnologías y procesos que hagan más sostenible la producción.</p>
<p style="text-align: center;">E3</p> <p>Fortalecer la Comunicación y Transparencia en las Iniciativas de RSE: Mejorar la comunicación sobre las iniciativas de responsabilidad social a clientes e inversionistas para maximizar el impacto positivo en la reputación de la empresa. Esto puede aumentar</p>

la lealtad del cliente y atraer nuevos inversionistas, lo que a su vez mejorará la rentabilidad.

Integrar la Sostenibilidad en la Innovación de Productos: Continuar invirtiendo en la innovación de productos sostenibles que no solo cumplan con los estándares ambientales, sino que también respondan a las demandas del mercado. Esto permitirá a Decoblinds diferenciarse de la competencia y mantener márgenes de beneficio altos, contribuyendo al crecimiento rentable.

Interpretación:

Las recomendaciones de los tres encuestados coincidieron que desarrollar productos sostenibles y comunicar efectivamente sus beneficios, junto con involucrar a los empleados en las iniciativas de sostenibilidad empresarial, son estrategias clave que pueden mejorar la rentabilidad de Decoblinds. Estas acciones no solo mejoran la reputación de la empresa, sino que también optimizan los procesos internos y fortalecen el compromiso de los empleados, lo cual contribuye al crecimiento rentable y al éxito sostenido en el largo plazo.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Limitaciones

Una limitación en la investigación se refiere a las restricciones o posibles debilidades inherentes al diseño del estudio, los métodos de recopilación de datos o el análisis, que pueden afectar la generalización, validez interna o externa, o la interpretación de los resultados. Las limitaciones pueden surgir debido a factores como el tamaño de la muestra, el enfoque metodológico, el acceso a información completa, el sesgo en las respuestas, o incluso las condiciones en las que se realizó la investigación. A pesar de estos desafíos, es crucial que los investigadores las reconozcan y mencionen en sus estudios, ya que esto ayuda a contextualizar los hallazgos y a guiar futuras investigaciones (Creswell & Creswell, 2018).

Las limitaciones mencionadas no invalidan los resultados obtenidos en la investigación, pero sí subrayan la necesidad de un análisis más amplio y exhaustivo en futuras investigaciones. A pesar de estas limitaciones, la tesis proporciona un valioso punto de partida para explorar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad, y ofrece una base sólida para futuras investigaciones que podrían abordar estos factores con mayor profundidad.

Una de las limitaciones notables que experimenta es dado que el cuestionario fue respondido por los empleados de la empresa, existe el riesgo de un sesgo de respuesta. Los trabajadores, al ser parte de la misma organización, pueden haber dado respuestas influenciadas por su lealtad a la empresa o simplemente por la percepción que desean proyectar acerca de la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de Decoblinds.

Este tipo de sesgo es común en estudios en los que los encuestados están directamente relacionados con el objeto de estudio. En consecuencia, los resultados pueden estar influidos por la deseabilidad social, es decir, la tendencia a responder de manera que se considere aceptable o favorable a los ojos de los investigadores. Sin embargo, para mitigar este riesgo, se realizó entrevistas con preguntas estructuradas, la cual permitió una mayor profundidad en la recolección de datos, facilitando la exploración de percepciones más auténticas y detalladas sobre la responsabilidad social empresarial y sus impactos. A través de preguntas abiertas y la posibilidad de indagar más allá de las respuestas iniciales, las entrevistas brindan un entorno en el cual los participantes pueden expresar sus opiniones con mayor libertad y confianza. Además, al ser conducidas por un entrevistador capacitado, se puede manejar mejor la dinámica de la conversación, identificando posibles incongruencias o sesgos en las respuestas y aclarando aspectos específicos que pueden haber sido malinterpretados en el cuestionario.

Otra limitación fue que el estudio se realizó en un periodo de tiempo específico corto (3 años), lo que podría no capturar completamente los efectos a largo plazo de las políticas de RSE en la rentabilidad de Decoblinds. Algunas iniciativas de sostenibilidad, como la inversión en energías renovables o la adopción de tecnologías más eficientes, pueden tardar años en generar un retorno significativo. En consecuencia, los resultados de la investigación reflejan solo el impacto a corto plazo de estas políticas, sin considerar el efecto acumulativo que podrían tener en periodos más largos. Para evaluar de manera más precisa la relación entre la RSE y la rentabilidad, sería beneficioso realizar estudios longitudinales que puedan seguir los cambios en la rentabilidad a lo largo de varios años. Esto permitiría observar si las

inversiones en sostenibilidad y responsabilidad social generan beneficios financieros sostenibles a largo plazo.

4.2. Interpretación comparativa

En esta investigación, el objetivo general fue determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad en la empresa Decoblinds del distrito de Miraflores en 2023. A través de la prueba no paramétrica de Spearman, se encontró que el valor p (sig.) es 0.002, inferior a 0.050, lo que indica la existencia de una relación entre ambas variables. Según el análisis de las respuestas de los encuestados, se concluye que existe una percepción positiva generalizada sobre el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad de la empresa. En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (H_1). Además, el coeficiente de correlación es 0.582, lo cual sugiere una correlación positiva moderada, evidenciando la relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de Decoblinds en el distrito de Miraflores en 2023.

Esto valida la idea de que implementar prácticas de RSE puede no solo cumplir con objetivos éticos o de sostenibilidad, sino también contribuir a mejorar los resultados financieros de la empresa.

Estos resultados tienen similitud en lo expuesto por Marmolejo y Rivera (2023), quienes también encontraron una relación positiva y significativa entre la RSE y la rentabilidad en entidades bancarias peruanas. Asimismo, estudios internacionales como el de Agila e Inga (2022) corroboran que la implementación de estrategias de RSE en empresas pequeñas y medianas mejora su desempeño financiero. Estos estudios previos, reafirman que la responsabilidad social empresarial no solo es una herramienta ética y social, sino también

un motor de rentabilidad. Esto sugiere que las empresas que adoptan prácticas sostenibles y socialmente responsables obtienen un retorno positivo, tanto en términos económicos como reputacionales.

Respecto al objetivo específico 1, al analizar cuál es la relación de la dimensión económica y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Se pudo encontrar que el valor p (sig.) es 0.015, menor a 0.050, a través de la prueba no paramétrica de Spearman. Lo que nos da a entender que existe relación entre estos aspectos. Frente a lo mencionado se acepta la H_1 . Además, el valor de correlación es 0.479 e implica una correlación positiva débil. Por ello, se puede afirmar que, la dimensión económica se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Esto podría estar relacionado con la implementación de políticas de eficiencia en el uso de recursos, estrategias de reducción de costos y mejoras en la calidad de los productos y servicios. Sin embargo, el hecho de que la correlación sea débil sugiere que, si bien estos esfuerzos económicos tienen un impacto positivo, la empresa también necesita considerar otras dimensiones o factores internos y externos que podrían estar influyendo en la rentabilidad general.

Estos resultados tienen similitud en lo expuesto por Rosales (2021) sobre la empresa pesquera Exalmar S.A. también encontró una relación positiva, aunque más fuerte, entre las prácticas económicas responsables y la rentabilidad. En contraste, en estudios como el de Díaz (2021) sobre el sector acuícola, la correlación fue más débil debido a la falta de recursos para implementar políticas económicas de responsabilidad social empresarial. Estos estudios previos reafirman que las empresas aún enfrentan retos en la implementación de prácticas

económicas responsables que se traduzcan en un impacto financiero significativo. No obstante, la investigación confirma que la inversión en la calidad y satisfacción del cliente es una estrategia sólida que, a largo plazo, tiene potencial para mejorar los resultados financieros.

Respecto al objetivo específico 2, al analizar cuál es la relación de la dimensión social y rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Se pudo encontrar que el valor p (sig.) es 0.001, menor a 0.050, a través de la prueba no paramétrica de Spearman. Lo que nos da a entender que existe relación entre estos aspectos. Frente a lo mencionado se acepta la H1. Además, el valor de correlación es 0.618 e implica una correlación positiva media. Por ello, se puede afirmar que la dimensión social se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. La relación positiva media implica que los empleados perciben de manera favorable las políticas sociales, y este bienestar se traduce en una mayor productividad, compromiso y, en última instancia, en mejores resultados financieros. Esto puede deberse a una reducción en la rotación del personal, una mayor lealtad de los empleados y un ambiente laboral que favorece el desarrollo y la innovación, factores que indirectamente aumentan la rentabilidad.

Estos resultados tienen similitud en lo expuesto por Tello (2020) también evidencian una fuerte relación entre las políticas sociales y la rentabilidad, especialmente en PYMES, donde el bienestar de los empleados se traduce directamente en mayor productividad y eficiencia. Este resultado es consistente con teorías como la del capital humano de Becker (1993), que afirma que la inversión en el desarrollo y bienestar de los empleados mejora la rentabilidad. Estos estudios previos refuerzan la evidencia de que la inversión en el capital

humano tiene un impacto directo en la rentabilidad empresarial. La creación de un entorno inclusivo y el fomento de buenas relaciones laborales resultan en una mayor eficiencia operativa y un menor nivel de rotación de empleados, lo que reduce costos y aumenta los beneficios. Esto confirma que las empresas que cuidan a su personal son más rentables a largo plazo.

Respecto al objetivo específico 3, al analizar cuál es la relación de la dimensión ambiental y rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Se pudo encontrar que el valor p (sig.) es 0.003, menor a 0.050, a través de la prueba no paramétrica de Spearman. Lo que nos da a entender que existe relación entre estos aspectos. Frente a lo mencionado se acepta la H1. Además, el valor de correlación es 0.563 e implica una correlación positiva media. Por ello, se puede afirmar que, la dimensión ambiental se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. La relación significativa encontrada entre la dimensión ambiental y la rentabilidad indica que las políticas orientadas a la sostenibilidad tienen efectos positivos en la empresa. Estas políticas pueden incluir la reducción de residuos, el uso de tecnologías limpias, la eficiencia energética y el compromiso con la reducción de emisiones. Dichas prácticas no solo cumplen con normas ambientales y fortalecen la imagen corporativa, sino que también generan ahorros operativos a largo plazo, lo cual impacta directamente en la rentabilidad.

Estos resultados tienen similitud en lo expuesto por Miller y Pachas (2019), la implementación de políticas ambientales en Decoblinds ha generado beneficios económicos. Sin embargo, en empresas más grandes, como Freeport-McMoRan (Álvarez et al., 2021), la

magnitud del impacto ambiental en la rentabilidad es aún mayor debido a la escala de sus operaciones. Estos estudios previos refuerzan que las empresas logran un impacto positivo mediante la adopción de políticas ambientales, lo cual demuestra que las empresas de cualquier tamaño pueden beneficiarse financieramente de ser responsables con el medio ambiente. La correlación media sugiere que todavía hay margen para que la empresa amplíe sus políticas ambientales y obtenga mayores beneficios, pero los resultados son prometedores.

4.3. Implicancias

Las implicancias se refieren a las consecuencias, efectos o posibles aplicaciones que los resultados de la investigación tienen en la práctica, en la teoría o en futuras investigaciones. Estas implicancias permiten al investigador interpretar cómo los hallazgos del estudio contribuyen al campo de estudio o al área de interés, cómo pueden influir en la toma de decisiones o políticas, y qué impacto podrían tener en la sociedad, las empresas, o el ámbito académico (Creswell & Creswell, 2018).

Implicancia práctica, los resultados de la investigación tienen varias implicancias prácticas que pueden aplicarse directamente a la gestión empresarial y la toma de decisiones. En primer lugar, la optimización de recursos es una de las implicancias más relevantes. Las políticas de responsabilidad social empresarial pueden mejorar la rentabilidad a través de la implementación de prácticas sostenibles en las operaciones internas, lo que no solo fortalece la imagen corporativa, sino que también genera ahorros a largo plazo mediante la reducción de costos operativos. Esto sugiere que las empresas pueden adoptar enfoques más eficientes en el uso de los recursos, lo que resulta en mayores beneficios económicos. Por otro lado, la

diferenciación en el mercado es otra implicancia clave. La implementación de políticas de RSE permite a Decoblinds destacarse en un mercado altamente competitivo, especialmente en zonas como Miraflores, donde los consumidores valoran la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. Esto no solo mejora la lealtad del cliente, sino que también abre la puerta a la captación de nuevos segmentos de mercado que priorizan la sostenibilidad en sus decisiones de compra. La capacidad de diferenciarse mediante la responsabilidad social empresarial puede, en consecuencia, aumentar la participación de mercado y mejorar los ingresos de la empresa.

Implicancia teórica, Los resultados de esta investigación aportan importantes teorías, reforzando conceptos clave y contribuyendo a debates actuales en torno a la responsabilidad social empresarial y su impacto en las organizaciones. En primer lugar, esta investigación valida la teoría de los stakeholders propuesta por Freeman (1984), al demostrar que la empresa Decoblinds ha logrado equilibrar las expectativas de sus diferentes grupos de interés (empleados, clientes y la comunidad), generando un impacto positivo en su rentabilidad. Esto confirma que las empresas que adoptan un enfoque inclusivo hacia sus stakeholders obtienen beneficios tangibles, lo que fortalece la aplicabilidad de esta teoría en el contexto de las pequeñas y medianas empresas. Además, el estudio apoya el concepto de la triple cuenta de resultados, desarrollado por Elkington (1997), que sostiene que el éxito empresarial debe medirse en términos económicos, sociales y ambientales. Los hallazgos en Decoblinds muestran cómo la integración de estas tres dimensiones en las prácticas de RSE contribuye no solo a la mejora de la rentabilidad, sino también al desarrollo de una reputación empresarial sólida y responsable. Esto proporciona evidencia empírica que respalda la relevancia de este

enfoque multidimensional, especialmente en PYMES que buscan mejorar su competitividad en mercados conscientes de la sostenibilidad.

Implicancia metodológica: Una de las principales implicancias metodológicas es la efectividad del análisis correlacional utilizado para medir la relación entre las políticas de RSE y la rentabilidad. El estudio empleó la correlación de Spearman para analizar las variables no paramétricas, lo que resultó en una identificación precisa de las relaciones entre las dimensiones de la RSE (económica, social y ambiental) y la rentabilidad de la empresa Decoblinds. Esto sugiere que este tipo de análisis es adecuado y efectivo para estudios en los que las variables no siguen una distribución normal o donde los datos ordinales son predominantes, lo que es común en encuestas que miden percepciones o actitudes de los empleados. El uso del alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de los instrumentos de recolección de datos. El estudio evaluó la consistencia interna de los ítems del cuestionario, asegurando que las dimensiones evaluadas fueran coherentes y confiables. Este enfoque es crucial en investigaciones cuantitativas, ya que garantiza que los resultados sean consistentes y que los instrumentos utilizados estén adecuadamente diseñados para medir las variables en cuestión. En futuros estudios, la implementación de este tipo de análisis puede mejorar la precisión de los datos y aumentar la confianza en los resultados obtenidos.

4.4. Conclusiones

Para el objetivo general, los resultados de la investigación muestran una correlación positiva entre la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de la empresa Decoblinds. Esto sugiere que las inversiones en responsabilidad social empresarial no solo mejoran la imagen corporativa y la sostenibilidad, sino que también contribuyen directamente a la generación de beneficios financieros. La correlación de Spearman (0.582) refuerza esta conclusión, indicando que cuanto más robustas son las prácticas de sostenibilidad corporativa, mayor es la rentabilidad de la empresa Decoblinds.

Para el objetivo específico 1, La dimensión económica de la responsabilidad social empresarial se relaciona de manera significativa con la rentabilidad de la empresa, aunque con una correlación más débil (0.479). Los empleados perciben que la empresa ha implementado políticas adecuadas para mejorar la calidad del servicio y la optimización de recursos, lo que ha resultado en un impacto positivo en los ingresos y la retención de clientes. Sin embargo, aún existen áreas donde estas prácticas pueden ser optimizadas.

Para el objetivo específico 2, la dimensión social de la responsabilidad social empresarial tiene una correlación positiva media (0.618) con la rentabilidad. Las políticas orientadas al bienestar y la inclusión laboral han generado un impacto positivo en la satisfacción de los empleados y en la productividad general de la empresa. Esto refuerza la importancia de invertir en capital humano para obtener mejores resultados financieros.

Para el objetivo específico 3, la dimensión ambiental también muestra una correlación positiva (0.563) con la rentabilidad de la empresa. Las acciones de sostenibilidad ambiental, como el uso de materiales reciclables y la reducción de residuos, han mejorado tanto la

imagen corporativa de Decoblinds como su rentabilidad a largo plazo. Esto subraya la importancia de la sostenibilidad como una estrategia clave para mejorar la eficiencia operativa y reducir costos.

4.5. Recomendaciones

En primer lugar, la empresa Decoblinds debe seguir fortaleciendo su enfoque en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), enfocándose especialmente en aquellas prácticas que han demostrado tener un impacto directo en la rentabilidad. Esto implica una evaluación constante de las políticas económicas, sociales y ambientales implementadas, asegurando que se alineen con los objetivos estratégicos de la empresa. Además, se sugiere la creación de un departamento especializado en responsabilidad social para supervisar y coordinar todas las acciones bajo esta estrategia, optimizando su impacto a largo plazo.

En segundo lugar, la empresa Decoblinds debe mejorar sus estrategias en la dimensión económica de la responsabilidad social empresarial mediante la implementación de programas más efectivos de control de calidad y satisfacción del cliente. Esto podría incluir la inversión en capacitación continua del personal para mejorar el servicio al cliente y el desarrollo de programas de fidelización que fortalezcan la relación a largo plazo con los clientes. Adicionalmente, se recomienda realizar estudios periódicos de satisfacción del cliente para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según las demandas del mercado.

En tercer lugar, la empresa Decoblinds debe seguir invirtiendo en el bienestar de sus empleados mediante programas de desarrollo profesional, oportunidades de crecimiento interno, y mejoras en los beneficios laborales. Un enfoque adicional debe estar en la creación

de un ambiente inclusivo y equitativo, que incentive la participación y el compromiso de los empleados. Esto no solo mejorará la retención del talento, sino que también incrementará la productividad, lo cual se reflejará en un aumento directo en la rentabilidad de la empresa.

En cuarto lugar, la empresa Decoblinds debe ampliar su enfoque hacia la sostenibilidad ambiental, integrando prácticas más avanzadas de gestión de recursos y reducción de su huella ecológica. Esto podría incluir la adopción de tecnologías limpias, como el uso de energía renovable (por ejemplo, paneles solares) y la implementación de prácticas más rigurosas de reciclaje y manejo de residuos. Además, la empresa debería considerar la obtención de certificaciones internacionales como la ISO 14001, que no solo mejorarán su reputación, sino que también abrirán nuevas oportunidades en mercados más exigentes en términos de sostenibilidad.

REFERENCIAS

- Aigner, D. (2016). Corporate Social Responsibility and Financial performance. The Editor. (22), 1-27.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2019). On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work. *Journal of Management*, 45(1), 105-129.
<https://doi.org/10.1177/0149206317691575>
- Agila Buri, E. E., & Inga Lema, B. M. (2022). La responsabilidad social y su impacto en la rentabilidad de la microempresa Horchota La Lauñerita del Cantón Paltas, Provincia de Loja, Año 2022 (Tesis de pregrado, Universidad Estatal de Bolívar). Repositorio Institucional UEB.
- Álvarez Valencia, J. Castro Rivera, M., Ríos Ponce, M., (2021). ¿Puede la responsabilidad social empresarial influir en el comportamiento de los consumidores? *Economía Coyuntural*. Obtenido de: http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v6n2/v6n2_a05.pdf
- Alicorp. (2021). Alicorp es reconocida por su programa RSE en pandemia.
<https://www.alicorp.com.pe/static/file/Certificado-RSPO.pdf>
- Arebalo, [Iniciales], & Tapia, [Iniciales]. (2021). Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca – Ecuador, 2019 (Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca).
- Barbachan M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y oportunidades. INNOVAG, Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>

- Becker, G. S. (1993). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education (3rd ed.). University of Chicago Press
- Berk, J., & DeMarzo, P. (2020). Corporate finance (5th ed.). Pearson.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). Principles of corporate finance (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). Fundamentals of financial management (15th ed.). Cengage Learning.
- Czekała, W., Drozdowski, J., & Łabiak, P. (2023). Modern Technologies for Waste Management: A Review. *Applied Sciences*, 13(15), 8847.
<https://doi.org/10.3390/app13158847>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2018). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility: Perspectives on the CSR construct's development and future. *Business & Society*, 60(6), 1258-1290.
<https://doi.org/10.1177/00076503211001765>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach (5th ed.). Sage Publications.
- Conde, E., & García, H. (2018). La gestión de la responsabilidad social. Una visión desde el empresariado cubano (1ra. edición ed.). Cuenca, Ecuador: Abya-Yala. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17059/1/La%20gestion%20de%20la%20responsabilidad%20social%20empresarial.pdf>

- Cornejo, [Iniciales], & López, [Iniciales]. (2023). La Responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva financiera de ASISERVY S.A. en la ciudad de Jaramijó (Informe de trabajo de integración curricular, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López).
- Dalati, S., & Marx Gómez, J. (2018). Surveys and Questionnaires. In *Modernizing the Academic Teaching and Research Environment* (pp. 185-198). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-74173-4_10
- Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2020). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. *Journal of Business Ethics*, 161(2), 317-339. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3990-4>
- De la Cruz Arellano, D. C. (2021). La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad del sector cooperativo segmento 1 del cantón Ambato (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato). Repositorio Institucional UTA.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32331>
- Dickinson, V. (2011). Cash flow patterns as a proxy for firm life cycle. *The Accounting Review*, 86(6), 1969-1994. <https://doi.org/10.2308/accr-10130>
- Díaz Oliva, L. A. (2021). Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú - Tumbes (Tesis de maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/53232>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.

- Emerald Insight. (2021). Past, present and future of impact investing and closely related financial vehicles: a literature review. <https://www.emerald.com>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2020). *Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success*. Yale University Press
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeport-McMoran. (2021). *Reporte de Sostenibilidad 2020*. Phoenix: Freeport-McMoran. Obtenido de: <https://investors.fcx.com/investors/news-releases/news-release-details/2022/Freeport-McMoRan-Publishes-2021-Annual-Report-on-Sustainability/default.aspx>
- Frontiers. (2021). Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Involvement: The Mediating Role of Job Involvement. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-10. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.643575/full>
- Frontiers. (2023). Social inclusion of persons with disability in employment: what would it take to socially support employed persons with disability in the labor market? *Frontiers in Rehabilitation Sciences*, 4, 1-10. <https://doi.org/10.3389/fresc.2023.1125129>
- García-Sánchez, I. M., Hussain, N., Martínez-Ferrero, J., & Ruiz-Barbadillo, E. (2019). Impact of disclosure and assurance quality of corporate sustainability reports on access to finance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 832-848. <https://doi.org/10.1002/csr.1724>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2019). *Metodología de la investigación* (7ma ed.). McGraw-Hill.

- Hernández- Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2014). *metodología de la investigación*. México: Universidad Tecnología Laja Bajío.
- Kline, P. (2015). *A handbook of test construction: Introduction to psychometric design*. Routledge.
- Marmolejo, J., & Rivera, A. (2023). *La responsabilidad social corporativa y su relación con la rentabilidad de las cuatro entidades bancarias importantes del Perú, año 2022 (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas)*.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/>
- McWilliams, A., & Siegel, D. S. (2020). Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 41(4), 580-591. <https://doi.org/10.1002/smj.3129>
- Miller, A., & Pachas, C. (2019). *La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de las empresas mineras listadas en la bolsa de valores de Lima en los años 2010-2017*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0f94fc4c-ca8f-441b-9c3c-422a29d3e4bb/content>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Oxford Academic. (2023). *Financial Constraints and Corporate Environmental Policies*. *The Review of Financial Studies*.
<https://academic.oup.com>

- Prakash, G. (2019). Understanding service quality: Insights from the literature. *Journal of Advances in Management Research*, 16(1), 64-90.
<https://doi.org/10.1108/JAMR-01-2018-0008>
- Pedersen, E. R., Gwozdz, W., & Hvass, K. K. (2018). Exploring the relationship between business model innovation, corporate sustainability, and organizational values within the fashion industry. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 267-284.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. In *Managing sustainable business* (pp. 323-346). Springer, Dordrecht.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5), S71-S102. <https://doi.org/10.1086/261725>
- Rosales Enríquez, C. A. (2021). *Gerencia estratégica, responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A. Chimbote periodo 2019-2020* (Tesis de doctorado, Universidad César Vallejo). Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/51869>
- Rojas Paico, M. L. (2023). *Responsabilidad social para mejorar la rentabilidad en la Pollería Rojas, Chiclayo 2021* (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán). Repositorio Institucional USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9033>

SpringerLink. (2021). The influence of environmental regulations on business innovation, intellectual capital, environmental and economic performance. *Environment Systems and Decisions*. <https://link.springer.com>

SpringerLink. (2021). Return on Capital Employed. In *A Guide to Business Performance Measurements*.

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-07472-3_18

Smith, N. C. (2020). Corporate social responsibility: Whether or how? *California Management Review*, 45(4), 52-76.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.2307/258788>

Tello Núñez, C. L. (2020). La Responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo (Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato). Repositorio Institucional UTA.

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema principal ¿Cuál es la relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación de la dimensión económica y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023? ¿Cuál es la relación de la dimensión social y rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023? ¿Cuál es la relación de la dimensión ambiental y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023?</p>	<p>Objetivo principal Determinar cuál es la relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.</p> <p>Objetivos específicos Analizar cuál es la relación de la dimensión económica y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Analizar cuál es la relación de la dimensión social y rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. Analizar cuál es la relación de la dimensión ambiental y la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.</p>	<p>Hipótesis principal La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas La dimensión económica se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. La dimensión social se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023. La dimensión ambiental se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Decoblinds, distrito de Miraflores, 2023.</p>	<p>Variable independiente Responsabilidad Social Empresarial</p> <p>Variable dependiente Rentabilidad</p>	<p>Económica Social Medioambiental</p> <p>ROE ROA Margen Neto</p>	<p>Enfoque de investigación: Cuantitativo Tipo de investigación: Aplicativo Nivel de investigación: Correlacional Diseño de investigación: No experimental, transversal Técnica de investigación: Encuesta Instrumento: Cuestionario Población: Empresa Decoblinds Muestra: 25 trabajadores</p>

Anexo 02. Matriz operacional

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMESIONES	INDICADORES	ITEM / INSTRUMENTO
V. Independiente Responsabilidad Social Empresarial	La Responsabilidad Social Empresarial es una herramienta de integración de trabajadores, clientes, proveedores y sociedad en general. No es altruismo de las empresas en zonas precarias, es más bien una reacción a los cambios producto de la globalización (Álvarez, et al., 2021)	Dimensión Económica	Valor económico	Escala de Medición Ordinal
			Calidad de los servicios	
		Dimensión Social	Satisfacción laboral	
			Inclusión laboral	
		Dimensión Medioambiental	Técnicas para eliminar residuos.	
Políticas medioambientales				
V. Dependiente Rentabilidad	La Rentabilidad mide la utilidad de una empresa en un determinado periodo, el margen que se obtiene define el éxito o fracaso de un negocio. (Gutiérrez y Tapia 2016)	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)	Rendimiento de capital	Escala de Medición Ordinal
			Políticas de dividendos	
		Rentabilidad en relación con sus activos totales (ROA)	Rotación de los activos	
			Inversiones	
		Margen Neto	Utilidad Neta	
Ventas				

Anexo 03. Estructura del Cuestionario

Variable: Responsabilidad Social Empresarial						
Indicadores		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Valor económico	1	2	3	4	5
	La dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial genera valor económico para la empresa.					
2	Calidad de los servicios	1	2	3	4	5
	La empresa brinda servicios de alta calidad como parte de su Responsabilidad Social Empresarial.					
3	Satisfacción Laboral	1	2	3	4	5
	La satisfacción laboral es parte del compromiso de Responsabilidad Social Empresarial en la organización.					
4	Inclusión Laboral	1	2	3	4	5
	Se promueve la inclusión laboral de personas con capacidades diferentes.					
5	Políticas medioambientales	1	2	3	4	5
	La empresa cumple con las políticas para reducir el impacto sobre el medioambiente.					
6	Técnicas para eliminar residuos sólidos	1	2	3	4	5
	La empresa utiliza técnicas para reducir y controlar residuos sólidos.					
Variable: Rentabilidad						
Indicadores		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Rendimiento de capital	1	2	3	4	5
	El rendimiento de los aportes y utilidades es impactado por la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial					
2	Políticas de Dividendos	1	2	3	4	5
	Las políticas de dividendos permiten contar con utilidades para ser reinvertidos en acciones de Responsabilidad Social Empresarial					

3	Rotación de los activos	1	2	3	4	5
	La rotación de los activos se ve impactado por la práctica de Responsabilidad Social Empresarial.					
4	Inversiones	1	2	3	4	5
	La práctica de Responsabilidad Social Empresarial promueve la llegada de nuevos inversionistas.					
5	Utilidad Neta	1	2	3	4	5
	Las decisiones tomadas por la gerencia en temas sobre Responsabilidad Social Empresarial influyen en la Utilidad neta.					
6	Ventas	1	2	3	4	5
	La misión y visión de la empresa garantiza que se incrementen las ventas.					

Anexo 04. Validación de juicios de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL EXPERTO	
Nombre y apellidos:	Julio Cesar Cuenca Colchado
Cargo:	Docente
Institución /Empresa:	Universidad Tecnológica del Perú

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	

Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				X	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.95$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Lima, 05 de agosto del 2024

Firma



Julio Cesar Cuenca Colchado

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL EXPERTO	
Nombre y apellidos:	Walter Christian Bernia León
Cargo:	Docente
Institución /Empresa:	UPN

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				X	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.95$$

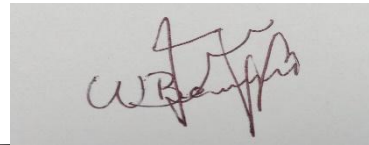
Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Lima, 05 de agosto del 2024



Firma

Walter Christian Bernia León

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL
INSTRUMENTO
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

PERFIL DEL EXPERTO	
Nombre y apellidos:	Emilio José Torres Krivic
Cargo:	Ejecutivo de Proyectos Senior
Institución /Empresa:	ProInnovate

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	

Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				X	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.95$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

 Lima, 05 de agosto del 2024

Firma

DocuSigned by:
Emilio Torres
69386B9757DE4AC...

Emilio José Torres Krivic.

ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

Variable: Rentabilidad

Instrucciones:

La presente técnica, busca recopilar información relacionada con el tema

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA RENTABILIDAD EN LA

EMPRESA DECOBLINDS DEL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2023; al respecto se

solicita que en las preguntas que a continuación se acompañan, tenga a bien responder sobre este particular, su apoyo es invaluable, se agradece su participación.

Nombres y Apellidos:

Cargo:

1. ¿Qué estrategias específicas ha implementado Decoblinds en términos de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar su rentabilidad?
2. ¿Cómo ha impactado la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad de Decoblinds, y qué métricas se utilizan para medir este impacto financiero?
3. ¿La empresa brinda servicios de alta calidad como parte de su Responsabilidad Social Empresarial?
4. ¿La satisfacción laboral es parte del compromiso de Responsabilidad Social Empresarial en la organización?
5. ¿La empresa cumple con las políticas para reducir el impacto sobre el medioambiente?

6. ¿Las políticas de dividendos permiten contar con utilidades para ser reinvertidos en acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

7. ¿La implementación de estrategias de responsabilidad social empresarial, permite obtener rentabilidad sobre el patrimonio para los inversionistas?

8. ¿La práctica de Responsabilidad Social Empresarial promueve la llegada de nuevos inversionistas?

9. ¿Las decisiones tomadas por la gerencia en temas sobre Responsabilidad Social Empresarial influyen en la Utilidad neta?

10. Brinde dos recomendaciones sobre la Responsabilidad social empresarial y la rentabilidad en la empresa Decoblinds.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL EXPERTO	
Nombre y apellidos:	Julio Cesar Cuenca Colchado
Cargo:	Docente
Institución /Empresa:	Universidad Tecnológica del Perú

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	

Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				X	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.90$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

 Lima, 18 de agosto del 2024



Julio Cesar Cuenca Colchado

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL EXPERTO	
Nombre y apellidos:	Emilio José Torres Krivic
Cargo:	Ejecutivo de Proyectos Senior
Institución /Empresa:	ProInnovate

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	

Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				X	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.90$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Lima, 18 de agosto del 2024

DocuSigned by:
Emilio Torres
69386B9757DE4AC...

José Emilio Torres Krivic

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERFIL DEL EXPERTO	
Nombre y apellidos:	Walter Christian Bernia León
Cargo:	Docente
Institución /Empresa:	UPN

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los Ítems del instrumento y marcar con una “X” dentro del recuadro, según la calificación que asigne a cada indicador:

1. Deficiente (Menos del 30% del total de ítems cumple con el indicador)
2. Regular (Entre el 31% y 70% del total de ítems cumple con el indicador)
3. Buena (Más del 70% del total de ítems cumple con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo con dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	

Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				X	
Realizar el conteo de acuerdo con puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.90$$

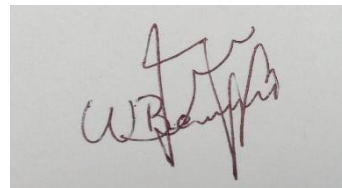
Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Lima, 18 de agosto del 2024



Walter Christian Bernia León

Anexo 05. Base de datos

VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL							VARIABLE: RENTABILIDAD						
N°	D1		D2		D3		D5		D6		D7		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	SUMA
1	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	36
2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	33
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	52
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
6	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	5	49
7	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	43
8	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	55
9	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	3	4	45
10	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	39
11	3	5	5	3	5	5	3	3	3	3	4	4	46
12	4	4	5	3	5	5	4	3	4	5	4	4	50
13	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	51
14	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	46
15	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	4	35
16	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	44
17	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	5	49
18	4	5	5	3	5	5	4	3	3	2	3	5	47

19	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	37
20	3	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	48
21	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	45
22	4	5	5	3	5	5	4	4	3	3	4	5	50
23	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	42
24	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	43
25	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	52
VARIANZA	0.6464	0.8	0.678	0.2784	0.7424	0.8	0.56	0.2816	0.6016	0.6624	0.41	0.7456	
COEF. CORRE	0.64462	0.6921	0.847	0.7501	0.9205	0.90452	0.781	0.7909	0.75002	0.5764	0.786	0.8896	