

FACULTAD DE NEGOCIOS
Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNIDAD DE
EL PORVENIR 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

Eulalio Mitchell Cruz Lezama

Asesor:

Mg. Manuel Alexander López Uribe
<https://orcid.org/0000-0003-1164-8323>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Higinio Wong Aitken	18160533
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Marlies Cueva Urra	18186434
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Julio Octavio Sánchez Quiroz	40003184
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNIDAD DE EL PORVENIR 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD <small>Trabajo del estudiante</small>	1%
2	repositorio.unap.edu.pe <small>Fuente de Internet</small>	1%
3	e-spacio.uned.es <small>Fuente de Internet</small>	1%
4	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos <small>Trabajo del estudiante</small>	1%
5	Yolanda García Juárez, Hilda González Sandoval, Alejandro Briseño Vilches, Martha Arvizu Mendoza. "Diagnóstico de percepción de responsabilidad social empresarial. Presentación gráfica y propuestas estratégicas: estudio de caso", Apuntes de economía y sociedad, 2022 <small>Publicación</small>	1%
6	repositorio.uladech.edu.pe	

DEDICATORIA

A Dios:

Por darme la vida, entendimiento y
por hacerme su hijo en lo espiritual,
Para así lograr mis objetivos de vida.

A mis padres **Eulalio y Alejandrina**,
por ser el sustento de todos mis objetivos y
por inculcarme hacer un hombre de bien.

A todas las personas que me brindaron su apoyo, para culminar con éxito este trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a todas las personas que me motivaron y apoyaron en todo momento con la investigación.

Al Mg. Lic. Manuel Alexander López Uribe, mi asesor, por el soporte y asistencia en el desarrollo del presente trabajo.

A mis compañeros de trabajo, por motivarme día a día con sus consejos, y por brindarme su apoyo incondicional en la parte funcional de mi trabajo.

Definitivamente mi agradecimiento a todas aquellas personas que en forma directa e indirecta colaboraron y apoyaron en la culminación del presente trabajo.

El Autor.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
1.1.1. Problema general.....	25
1.1.2. Problemas específicos	25
1.2. OBJETIVOS	25
1.2.1. Objetivo general.....	25
1.2.2. Objetivos específicos	25
1.3. HIPÓTESIS	26
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	27
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	27
2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	28
2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	30
2.4. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS	32
2.5. ANÁLISIS DE DATOS	33
2.6. ASPECTOS ÉTICOS	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS	35
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	43
REFERENCIAS	49
ANEXOS	52

Índice de tablas

Tabla 1. Distritos de la provincia de Trujillo.....	28
Tabla 2. Población proyectada.....	29
Tabla 3. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	31
Tabla 4. Escala de medición de la encuesta.	31
Tabla 5. Análisis de fiabilidad del instrumento de responsabilidad social empresarial	32
Tabla 6. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir.	35
Tabla 7. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica.	37
Tabla 8. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental	39
Tabla 9. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social.....	41
Tabla 10. Matriz de consistencia	52
Tabla 11. Matriz de operacionalización de variables.....	53

Índice de figuras

Figura 1. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir.....	35
Figura 2. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica.	37
Figura 3. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental	39
Figura 4. Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social	41

RESUMEN

La presente investigación ha tenido como objetivo fundamental: Determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023. Puesto que es fundamental desarrollar la responsabilidad social empresarial, ya que indica la dirección a seguir, advirtiendo de los riesgos de cada uno tome decisiones y permite predicciones y ganancias decisión a permitir en la anticipación y rentabilizan las acciones que se realicen; además, de mantener una estructura equilibrada de la relación de la comunidad con las microempresas y se puedan adaptar a procesos de mejora de su entorno. Este estudio presenta un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental de nivel descriptivo y tipo básico; por ello, la población fue de 211,729 y se utilizó la muestra 383 pobladores de la comunidad de El Porvenir es decir los microempresarios. Se utilizó La técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Obteniendo como resultado una significancia del 0.918 del Alfa de Cronbach del instrumento utilizado. Se concluyó que, se ha percibido que la responsabilidad social empresarial con un 50.4%, encontrándose en un nivel alto, ya que las microempresas han desempeñado acciones económicas, sociales y ambientales las cuales se enfocaron a comprometerse de forma solidaria y dinámica para el bienestar de la comunidad de El Porvenir.

PALABRAS CLAVES: Percepción, responsabilidad social empresarial, microempresa y comunidad.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

En el siglo XIX, datan que la responsabilidad social tiene como precedente la existencia de documentos que muestran acciones de las empresas a favor de sus empleados. Por ello, en el nacimiento de las Naciones Unidas surgieron los derechos humanos que proporcionaron una base sólida para una mayor conciencia social (Expoknews, 2021).

Sin embargo, la Unesco consideró que la responsabilidad social empresarial ha sido vista como uno de los enfoque en que la educación es necesaria para el desarrollo sostenible como es el deber de trabajar (Vélez et al., 2019). Por lo tanto, la Organización Internacional del Trabajo, junto con la Unión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, promovieron que la responsabilidad social empresarial y las empresas responsables con respecto al trabajo decente deben ser fomentadas por normas laborales internacionales, con una sostenibilidad ambiental y al respeto de los derechos humanos (Manila, 2018).

A nivel internacional, la responsabilidad social se relaciona íntimamente con un importante crecimiento para cualquier empresa que opere en este mercado globalizado. Además, inició la estrategia de internacionalización para fortalecer la inversión extranjera y las exportaciones. Por otro lado, la elección de la aventura que ingresa al mercado extranjero es de todo tipo (Ramón, 2022).

Además, en el transcurso de los años la responsabilidad social empresarial ha pretendido contribuir al desarrollo sostenible y bienestar social, pero las iniciativas actuales son poco transformadoras de estructuras económicas y sociales inequitativas e insostenibles (Vallaes, 2020).

Dentro del comportamiento de todo tipo de empresa realmente se sostenga y cambie, se debió institucionalizar y vincular estrategias en las empresas. Por consiguiente, la responsabilidad social empresarial es atractiva porque se entiende como la contribución activa y voluntaria de la empresa a la solución de problemas complejos y a la mejora de la sociedad, economía y el medio ambiente (Lloret, 2014).

Para destacarse de la competencia, una empresa debe demostrar al público que es una "fuerza para el bien". Abogar y crear conciencia sobre causas socialmente importantes la cual es una excelente manera para que las empresas se mantengan a la vanguardia de la conciencia del consumidor y aumenten el valor de la marca del sector empresarial (Moss, 2022)

En los últimos años, el Perú ha hecho un progreso significativo del desarrollo sostenible de la responsabilidad social Negocio (Barbachan, 2017). Asimismo, la responsabilidad social empresarial es de vital importancia para la misma empresa y la sociedad debido a que surge como resultado del ejercicio de la libertad; del mismo modo, repercute si esta correctamente encaminada con los principios de la responsabilidad social empresarial, como varían de acuerdo con el sector empresarial y estas comparten la conciencia social (Auccatingo, 2023).

Por lo tanto, la responsabilidad es característico de las empresas y se ha convertido en una nueva forma de gestionar y hacer negocios, en la que las empresas aseguran de que sus operaciones sean recompensables en el ámbito económico, social y ambientalmente sostenible, reconociendo a los intereses de los diversos grupos con los que se relacionan y buscan la protección del medio ambiente e interés en la sostenibilidad de las generaciones futuras (Cajiga, 2020).

En la ciudad de Trujillo, existen comunidades que realizan responsabilidad social empresarial, pero con esta situación que está atravesando la sociedad, debido a los altos costos de vida y como un tema de moda, limita a dar un distintivo a las municipalidades o instituciones

establecidas sin fines de lucro las cuales han salido a brote con beneficios de acciones sociales que contribuyen a velar la salud integral del colaborador, clientes y la sociedad; con el objetivo de cumplir con protocolos establecidos en la actualidad.

Por otra parte, el distrito de El Porvenir fue creado por Ley N° 15368; del 08 de Enero de 1965, ubicado en la Provincia de Trujillo, Región La Libertad; la Municipalidad ha promovido una adecuada prestación de los servicios públicos locales, fomentar el bienestar y el desarrollo integral y armónico de los vecinos.

Tal como, las microempresas de la comunidad de El Porvenir carecen de una percepción de la responsabilidad social empresarial, las cuales se deben a: la falta de fuentes de trabajo y se encuentra íntimamente ligada con las diferencias sociales, el rezago educativo de determinados sectores de la población, la cual carece de buenas condiciones de vida del planeta. Siendo necesario contribuir de manera voluntaria o coercitivamente a mejorar el bienestar social de la población.

Por otro lado, al establecer una responsabilidad social empresarial a futuro en El Porvenir, puede generar oportunidades tal como: promover e impulsar una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito, contribuir en el bienestar de la sociedad, realzar los valores para combatir prácticas de corrupción, fortalecer el liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana; también, busca promover condiciones de la familia; respeta y preserva el medio ambiente, invierte tiempo, talento y recursos para las comunidades.

A continuación de las investigaciones realizadas a nivel internacional se dieron a conocer estudios más relevantes:

Los autores Landázuri, Hinojosa y Aguilar en el 2018, en Colombia, su investigación se tuvo como objetivo principal, diseñar la validación de un instrumento de medición de la responsabilidad social empresarial a través de las dimensiones económica, social y medioambiental. Su investigación fue de enfoque cuantitativa, experimental y su población de estudio fueron empresas Socialmente Responsables en México que emitieron acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y la muestra fueron 30 empresas pertenecientes al Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable. Los resultados fueron insumos para dar continuidad a la investigación sobre la responsabilidad social empresarial que implementa las empresas mexicanas, especialmente las que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Concluyeron que los datos estadísticos sobre la validez, contenido y colinealidad del instrumento es contable y tiene validez para ser implementado en las empresas socialmente responsables. En cuanto al modelo propuesto con las 3 dimensiones de la responsabilidad social empresarial los resultados han sido estadísticamente aceptables.

En una investigación realizada por Almeida y Arrechavaleta en 2018, en Cuba, en su estudio realizado su objetivo principal fue, argumentar la inconsistencia de la adopción de la responsabilidad social empresarial como principal referente para la construcción del concepto RSU. Su investigación fue cualitativa, no experimental, población de estudio fue enfocada a empresas y a las instituciones de educación superior públicas, la muestra fue dirigida a 20 universidades públicas. Los resultados de imitar a las organizaciones con éxito y, por último, el normativo alude a la aplicación de una serie de normas compartidas por diferentes organizaciones. Concluyeron que las teorías de la economía empresarial presentadas se ajustan plenamente al contexto universitario de carácter público de manera general, la empresa persigue la rentabilidad económica, mientras que la institución universitaria privilegia la rentabilidad social.

En el estudio elaborado por Acosta, Lovato y Buñay (2018), en Ecuador, la investigación ha tenido como objetivo, definir la aplicación de la responsabilidad social corporativa en el Ecuador. La metodología usada tiene un enfoque mixto cuali-cuantitativo a través una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y documental con un método inductivo-deductivo, no experimental; su población de estudio estuvo conformado por el 53% de empresas multinacionales y empresas nacionales y la muestra fueron el 20% de los gerentes generales de las empresas son los encargados de liderar la responsabilidad social corporativa. Como resultados se determinó que en materia de responsabilidad social corporativa el Ecuador aún se encuentra analizando y probando los beneficios que ofrece. Sin embargo, se concluye que cada vez más las empresas empiezan a valorar los propósitos de la responsabilidad social y demuestran interés en implementarlo en las organizaciones.

En el 2022 los autores García, González, Briseño y Arvizu; su investigación realizada en México, tuvo como objetivo elaborar herramientas de percepción para la obtención de indicadores y posterior presentación gráfica, sobre las necesidades de la comunidad alrededor de la empresa. La metodología fue de enfoque cuantitativo, no experimental; población de estudio estuvo conformada por la Fundación de Empresarios Chihuahuenses (FechaC) y su muestra fueron 57 colaboradores de la Fundación. El resultado global acerca de la percepción por parte de directivos, administrativos, empleados y entorno social en favor del manejo dirigido hacia la responsabilidad social empresarial del entorno social, los dueños de la fábrica asumían previo a la realización de las encuestas y les ha molestado referente al paso vehicular, lo cual fue el ruido y los malos olores de los barnices. Concluyendo que la falta de conocimiento sobre el tipo de empresa se ignoraba completamente por vecinos y no veían el espacio como fábrica de producción y lo asumían como un terreno amplio al que no le atribuían función específica.

A continuación de las investigaciones realizadas a nivel nacional se dieron a conocer estudios más relevantes:

Yucra en el 2016, en Puno – Perú, el propósito de este estudio fue analizar cómo asumen la responsabilidad social empresarial los medios de comunicación de Puno; su investigación fue cuantitativa de tipo descriptiva-comparativa, en cuanto al diseño, corresponde al no experimental, de tipo transversal. La población de estudio fueron los medios de comunicación de La Libertad y la muestra fueron 8 medios de comunicación: televisivos, radiales y prensa escrita. Los resultados reforzaron la información a través del cuestionario de preguntas, y reveló que la responsabilidad social empresarial de los medios de comunicación de Puno fue asumida parcialmente, hay desconocimiento al respecto, aunque se mostraron prácticas de la responsabilidad social empresarial comunes a todos los sectores y del sector específico de los medios, que no responden a un trabajo de planificación. Concluyó que los medios de comunicación de Puno que destacan más en acciones de responsabilidad social son prioritariamente radiales y televisivos, y en alianzas con actores externos al medio.

En su investigación el autor Carlín (2022), en Lima – Perú, el objetivo de este estudio fue determinar la relación entre responsabilidad social empresarial y desarrollo en un entorno minero comunitario. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y transeccional, de tipo descriptivo-correlacional. La población de estudio estuvo constituida por 2500 habitantes del distrito de Los Olivos, Lima, Perú, zona de impacto minero para el estudio, y se obtuvo una muestra de 375 residentes y 10 colaboradores administrativos. Los resultados han tenido la certeza de la existencia de una alta correlación ($r = 0.964$) entre las dos variables de investigación, responsabilidad social y el desarrollo comunal, pues se observó una correlación alta y significativa entre ambas. Concluyó que la verificación del cumplimiento de las actividades de la responsabilidad social empresarial debe ir acompañadas de la

implementación de un plan de acción de desarrollo comunal que permita que las organizaciones protejan el medio ambiente a través de diferentes organizaciones, públicas o privadas.

A continuación de las investigaciones realizadas a nivel local se dieron a conocer estudios más relevantes:

Para Zegarra en 2019, en Trujillo – Perú, la presente investigación tiene por objetivo conocer de manera sistemática lo que se ha investigado sobre la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la percepción que generaron los stakeholders. La investigación fue una revisión sistemática de literatura con enfoque cualitativo, no experimental; la población de estudio fueron 20 países latinoamericanos y la muestra 13 países en los que se publicaron los artículos en español. El resultado de las percepciones solo de algunos públicos, aun así, los públicos de una empresa son más diversos y necesarios en investigaciones que evidencien la relación de la responsabilidad social empresarial o en otro tipo de públicos analizados en esta revisión sistemática. Además, concluyó que es preciso estimular las investigaciones en esta temática, como se ha visto es de carácter global y pueden existir ciertas variaciones dependiendo del contexto en el que se investigue.

En su investigación los autores Medrano, Masías, Obeso, Morón, Moreano, García y Lalupu; en 2019, en Lima – Perú, el objetivo de la investigación fue determinar las prácticas de responsabilidad social empresarial gestionadas por la actividad minera formal. La población de estudio fueron comunidades campesinas en el Perú y su muestra fue 1 comunidad del Cusco. Su tipo de investigación fue cualitativa, explorativa, no experimental. Los resultados de la responsabilidad social empresarial como factores externos involucraron a la sociedad, crisis económicas, intereses particulares y políticos, crisis e incertidumbre política nacional, etc., estos intervienen en el desarrollo efectivo de la responsabilidad social empresarial en empresas mineras, lo cual generaron conflictos sociales. Concluyeron que desarrollar técnicas de

negociación del entorno socioambiental, participación activa del titular minero y del Estado en reconocer la institucionalidad de la personería jurídica de la Comunidad Campesina y la aprobación de la población en el desarrollo del proyecto minero y garantizar que sea rentable y responsable.

Los autores Fuentes y Herbias en 2022, Trujillo – Perú, ha tenido como objetivo general, determinar de qué manera la Responsabilidad Social Empresarial influye en la Imagen Corporativa de la Caja Trujillo en la Provincia de Trujillo. La investigación es de tipo correlacional. Asimismo, se utilizó métodos: inductivo, hipotético deductivo, análisis-síntesis. La población estuvo conformada por todos los colaboradores de la empresa en estudio y la muestra fue 290 personas comprendida: clientes, colaboradores y la comunidad de la caja en estudio. La técnica utilizada fue la encuesta. Los hallazgos más importantes fueron: que existe una influencia positiva entre la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de institución en estudio, logrando influenciar a través de 4 dimensiones. Los resultados reconocieron las capacidades que cuenta la Caja Trujillo en el área de marketing, debido a ello los clientes y la comunidad recuerdan las diferentes estrategias que aplica la institución. Concluyeron que existe una influencia positiva de 0,519 entre la responsabilidad social corporativa y políticas externas y la Imagen Corporativa.

La investigación de Delgado en el 2019, en Trujillo – Perú, ha tenido como objetivo, determinar la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la satisfacción laboral de la empresa Sedalib S.A. del distrito de Trujillo 2018. La presente investigación fue aplicada, de carácter no experimental, transversal y correlacional. La población como objeto de estudio estuvo conformada por 503 trabajadores tanto del área operativa como del área administrativa, según planilla de pago de la empresa Sedalib S.A. del distrito de Trujillo 2018. La de muestra fue de 152 trabajadores a encuestar. Los resultados fueron de interés para orientar la gestión de

las empresas incorporando criterios de la responsabilidad social empresarial dentro del ámbito laboral y haciendo hincapié en aquellos aspectos que más inciden sobre la satisfacción laboral de los empleados. Concluyó que sí existe una relación entre la responsabilidad social empresarial que favorece a la satisfacción laboral, por ello, la implementación y desarrollo de las prácticas de la responsabilidad social empresarial dentro del ámbito laboral aumentan la satisfacción en los trabajadores de una organización.

Marco Teórico

Responsabilidad social empresarial

Compromiso continuo de las empresas para contribuir con un desarrollo económico sustentable, así como de la comunidad local y de la sociedad en general, mediante la mejora de la calidad de vida de sus empleados y sus familias, mejorando el ambiente y disminuyendo la huella ecológica que generen sus actividades (Prieto, 2017)

Las organizaciones con la responsabilidad social empresarial conciben a la empresa como pilar fundamental a la sociedad y consideran el interés público como una de sus prioridades estratégicas. Una empresa comprometida con los valores está consciente de que éstos son una inversión y que uno de los primeros pasos es desarrollar y vender productos y servicios sustentables, así como respetar el medio ambiente y cumplir con las normas de protección ambiental (Münch, 2018).

La misión y visión y forman parte de la cultura corporativa. En otras palabras, la responsabilidad social es el resultado del diálogo entre la organización y sus grupos de interés que motiva a una planificación estratégica con procesos operativos así satisfacer sus necesidades de una organización, adoptando lo que ahora llamamos "ciudadanía corporativa" (Túñez & Costa, 2014).

Cajiga (2014) define la responsabilidad social empresarial como una nueva forma de negocio que reconoce los beneficios en los ámbitos social, económico y ambiental de forma sostenible, totalmente alineada con los objetivos de la empresa. La responsabilidad social empresarial tiene como objetivo construir intereses compartidos basados en valores y un conjunto de políticas sostenibles, como prácticas y programas, que apuntan a la mejora continua.

Si bien es cierto que no existe una definición única, según Benavides et al. (2012) "responsabilidad" derivó su etimología, que se define como capacidad u obligación, por lo que se puede decir que la responsabilidad social empresarial tiene la capacidad y obligación que tiene una empresa de responder a la sociedad. En este contexto, se cree que el propósito inherente de la responsabilidad social empresarial es beneficiar o servir a una sociedad en particular.

El Reporte Brundtland (1987) sobre sostenibilidad (Elkington, 1997), se identificó al triple resultado denominado triple: cuenta de resultados, impacto, objetivo o balance; debido a que es un término relativo a los negocios sostenibles se refiere al impacto del rubro de una empresa tiene 3 dimensiones: social, económica y ambiental (Raufflet, 2017).

Dimensión social

Según esta visión, la responsabilidad social empresarial pretende ser una ventaja competitiva para la empresa y, en algunos casos, se encuentra alineada con la estrategia de esta última. El desafío implica encontrar una necesidad de mercado o de la industria y atenderla de una forma armónica, de manera que el beneficio social, desde el punto de vista la empresa; consideró como un reto para lograr la generación de programas, productos, servicios o modelos de negocio donde se alineen los intereses de la empresa con las necesidades de la sociedad (Raufflet, 2017).

Caro y Salazar (2018) realizaron un estudio sobre las pequeñas y medianas empresas en el Perú. Encontraron que los aspectos sociales y económicos son más importantes que los ambientales y que las prácticas utilizadas no contribuyen a la competitividad de las empresas. Otro estudio que analizó empresas cotizadas en Chile y Colombia y buscó un vínculo entre el género de los gerentes y las prácticas de sustentabilidad y responsabilidad social encontró una mayor carga financiera para las empresas con mujeres (Reyes y Briano, 2018)

Maldonado, Pinzón y Marín en 2016, se analizaron la relación entre la responsabilidad social empresarial, la reputación de marca y el desempeño empresarial de las PYMES de Aguascalientes y encontraron que la responsabilidad social empresarial tiene un efecto positivo en la reputación de marca, que a su vez incide positivamente en la reputación de marca y resultados comerciales; concluyó que las empresas que implementan prácticas de la responsabilidad social empresarial obtienen el reconocimiento no solo de los empleados, sino también de toda la sociedad, que prefiere sus productos y servicios, lo que repercute en sus operaciones.

Por otro lado, Sansores y Granados (2017) realizaron un estudio sobre la industria de la restauración en Playa del Carmen, México, para analizar si los programas de la responsabilidad social empresarial que implementan dichas empresas se basan en el conocimiento y los beneficios que generando como resultado, descubrir como los propietarios necesitan un amplio conocimiento de responsabilidad social corporativa para comprometerse en sus áreas principales.

Dimensión económica

En ese sentido, se evidenció el reconocimiento como empresa socialmente responsable en su conjunto está relacionado con indicadores de gestión que incidan directamente en el modelo de negocios, es decir, en la capacidad de generar ingresos o incrementar las utilidades,

ya sea desde una perspectiva monetaria o no monetaria. Asimismo, el compromiso que sienten los colaboradores hacia la empresa es mayor, lo cual incrementa la productividad y la eficiencia en sus procesos (Raufflet, 2017).

La generación y distribución del valor agregado entre colaboradores, clientes y proveedores con accionistas considerando no solo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera que la empresa genere utilidades y mantenga finanzas sanas a través de prácticas éticas y se mantenga activa indefinidamente. Además, implica la generación y distribución de bienes y servicios para la comunidad, la aportación a la causa pública vía de contribución impositiva y la influencia en la implantación de la política económica de una región, Sipller (2000), Cajiga (2009), Mishra y Suar (2010).

Se centran en aspectos pertenecientes a la generación de valor financiero y de mercado para el accionista/inversor, la gestión de riesgos y, en algunos casos, incluyen en esta dimensión las prácticas de gobierno corporativo. La mayor parte de estudios analizados se centran en las dimensiones factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza, los que abordan la dimensión económica utilizan Global Reporting Initiative como referencia Fifka (2013); Michelon, Pilonato y Ricceri (2015); Nielsen & Thomsen (2007).

Y se maximiza por un lado el beneficio económico de la empresa, y por tanto de los accionistas, y por otro de maximizar el valor de la empresa. Además, se centran en aspectos pertenecientes a la generación de valor financiero y de mercado para el accionista/inversor por los autores Eccles et al. (2011); Galbreath (2013); Ioannou & Serafeim (2012); Renneboog, Ter Horst & Zhang (2008); Richardson (2009).

Dimensión medio ambiental

La responsabilidad ambiental es una oportunidad de discutir, probar y acordar diferentes soluciones y formas de contribuir a preservar la Tierra en la medida de lo posible. Por ello, las organizaciones deberían responsabilizarse de los aspectos ambientales a lo largo del ciclo de vida de sus productos y servicios; ya sea por el consumo de energía y de otros recursos naturales, por desechos de residuos, ruidos que produce, alteración del paisaje, etc. (Raufflet, 2017).

Desde el enfoque ecosistémico se reconoce que el conocimiento debe orientarse a la búsqueda del bienestar humano y su supervivencia, por lo que no se deben tomar decisiones que afecten a los ecosistemas (Ruiz y Velázquez, 2017). Por lo tanto, Ultra (1986) argumenta que el comportamiento de los individuos y de los tomadores de decisiones debe analizarse a la luz de los desafíos del desarrollo y la conservación de los recursos. Así, la dimensión ambiental se refiere a la relación entre la sociedad y la naturaleza, buscando siempre el equilibrio entre la calidad de vida resultante de la gestión de los recursos naturales, la protección del medio ambiente y la satisfacción derivada de la producción sostenible.

La dimensión ambiental significa crear satisfacción con el medio ambiente y cuidar el medio ambiente a través de la cultura para asegurar la sostenibilidad del entorno de desarrollo Vega (2013). Esto también se aplica a la biodiversidad y el transporte (Álvarez et al., 2017). El compromiso con el medio ambiente puede basarse en el tipo de energía utilizada, programas de manejo de residuos sólidos y conservación de recursos naturales (Sansores y Granados, 2017), disposición a comprar y vender productos orgánicos, compra de productos en empaques reciclables; Caro y Salazar (2018).

Diversos autores analizaron la dimensión ambiental los lineamientos G4 que buscan un equilibrio entre las tres dimensiones. Sin embargo, la guía no es auditable ni certificada, por lo

que describe formas en que las empresas pueden divulgar sus prácticas, ya sean positivas o negativas, de gestión centrada en la sostenibilidad. Los impactos ambientales de las operaciones, emisiones de gases de efecto invernadero y cambios en las emisiones, mitigación de impactos ambientales, multas y mecanismos para la protección ambiental inversiones, evaluaciones ambientales de proveedores y el número de requisitos ambientales. Al analizar los resultados, encontraron que la mayoría de las empresas brindaban información de manera clara, pero sentían que ignoraban información relevante por Rodríguez y Ríos (2017).

Teorías de Responsabilidad Social Empresarial

Cuando se aproxima el concepto de responsabilidad social empresarial, pasamos a la teoría que subyace a la implementación de proyectos. Estas teorías pretenden explicar la relación entre los objetivos sociales y productivos de la empresa.

Teoría Integradora: se ha planteado la necesidad de integrar metas de productividad con metas sociales. Sobre Carroll, citado por Navarro Sánchez, L. C. (2016) define que las empresas deben considerar la integración de estos dos tipos de objetivos; el mismo autor dice que las obligaciones deben ser asumidas por todas las partes y que las empresas no pueden abandonar su objetivo de aumentar los ingresos, pero debe haber un elemento de responsabilidad moral en sus acciones. En este caso, las empresas tienen que adaptarse a las reglas que les permitan operar en el mercado y en la sociedad.

Teoría de los Grupos de Interés: las partes interesadas se centra en las relaciones e interacciones entre todos los grupos de interés para crear intereses comunes por Freeman citado a Medina et al. (2002), la teoría busca el surgimiento de procesos colaborativos entre individuos o grupos; estos grupos tienen en cuenta la participación de propietarios, proveedores, empleados o consumidores. Según esta teoría, los individuos y los grupos crean el trabajo del

proceso de cambio social y deben esforzarse por trabajar sinérgicamente para evitar contradicciones y obstáculos al desarrollo.

Teoría de la Legitimación: el uso de contratos celebrados por empresas y actores que forman parte de la sociedad. Parte del establecimiento de objetivos de desarrollo es llegar a un acuerdo entre las partes, un acuerdo que parte de un objetivo común por el cual una parte debe adaptarse a la otra, manteniendo estrictamente los significados sociales resultantes, valores y principios para establecer las reglas. Para Gray, citado en Medina et al. (2002) Esta teoría mira no solo a las necesidades, como en la teoría de las partes interesadas, sino también a los problemas que son indispensables para que todo se haga de acuerdo con el acuerdo, para evitar los obstáculos que llevan a que el acuerdo firmado por ambas partes se deteriore. Desde un punto de vista legal, debe basarse en el entorno relacional, para lo cual debe tener en cuenta los valores, cultura, tradiciones, etc. del entorno en el que se desenvuelve; Barreras regulatorias y conflictos sociales que dan lugar a una presunción de pérdida de lealtad y credibilidad.

Teoría de la Dependencia Económica: Según Pfeffer, citado por Jerez et al. (1991), la teoría se centra en el intercambio de recursos y la generación de poder, por lo que los actores deben obedecer para obtener recursos escasos, lo que asegura que la toma de decisiones dependerá de la parte que tenga más fácil acceso al poder de intercambiar recursos, dichas empresas deben tener una estructura organizacional de poderes bien definida para garantizar que los recursos lleguen de manera óptima y oportuna. Los negocios comienzan a volverse complejos cuando el acceso a los recursos necesarios para atender al público o a los más vulnerables es problemático; por lo tanto, las dependencias deben reducirse significativamente sin perder poder, lo que sugiere que utilicen una forma de consorcios para reducir la presentación de recursos.

1.1. Formulación del problema

1.1.1. Problema general

¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir 2023?
- ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental en la comunidad de El Porvenir 2023?
- ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir 2023?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023.

1.2.2. Objetivos específicos

- Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir 2023.
- Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental en la comunidad de El Porvenir 2023.
- Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir 2023.

1.3. Hipótesis

Según Arias en el 2020, afirma que los estudios descriptivos pueden permitir la posibilidad de predecir un evento aunque sean de forma rudimentaria; por ello al contar con una sola variable no existe manipulación de fenómenos o variables.

Por lo tanto, esta investigación cuenta con una sola variable no es necesario plantear una hipótesis.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Según Baena (2017), sostuvo que existen dos enfoques cuantitativos y cualitativos. La investigación que se utilizó fue de enfoque cuantitativo subjetivo, la cual utilizó la recopilación de datos basadas en mediciones numéricas y análisis estadístico para modelar el comportamiento y probar la teoría; además, pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo (muestra) a una colectividad mayor (población). En esta investigación se aplicará el enfoque cuantitativo para recopilar datos numéricos durante la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir en estudio partir de la observación empírica.

El tipo de investigación fue básica, debido a que se fundamenta en ocupar y generalizar el conocimiento ampliarlo desde teorías con nuevos conceptos, Hernández y Mendoza (2018).

Los autores, Hernández y Mendoza (2018) señalaron que el nivel de investigación descriptivo pretendió medir o recoger información de manera independiente (conjunta) sobre los conceptos de las variables a los que se refiere. Por ello, en este caso fue una investigación descriptiva debido a que se recopilan la información de la variable la cual describe cómo es y cómo se manifiesta la responsabilidad social empresarial que es de gran interés en este caso.

Se determinó el diseño no experimental, debido a que no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio, los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación; así mismo, no se manipulan las variables de estudio. En consecuencia, fue de corte transversal, siendo

un diseño el cual recoge los datos en un solo momento y solo una vez, Arias y Covinos, (2021).

2.2. Población y muestra

2.1.1. Población

Según Hernández, Fernández y Bapista, (2014), la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. Por ello, el INEI realizó un censo en el año 2017 se indica la población en esta investigación a 190,461 y se ha proyectado hasta el año 2023 la población de 211,729.

Tabla 1.

Distritos de la provincia de Trujillo

Distritos	Población
El Porvenir	190,461
Florencia de Mora	40,014
Huanchaco	68,409
La Esperanza	189,206
Laredo	37,206
Moche	37,436
Poroto	3,586
Salaverry	18 944
Simbal	4 061
Trujillo	314 939
Víctor Larco Herrera	68,506

Nota. Información obtenida de INEI, según censo 2017

Tabla 2.

Población proyectada

Año	Censo
2017	190,461
2018	193,851
2019	197,302
2020	200,814
2021	204,388
2022	208,026
2023	211,729

Nota. Elaborado por el investigador - base censo INEI 2017

2.1.2. Muestra

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) la muestra es un subgrupo considerado como una parte representativa de la población o el universo, los datos recolectados serán obtenidos de la muestra y la población se perfila desde la situación problemática de la investigación. La muestra se divide en dos tipos: Las probabilísticas que son un subgrupo de población con elementos que tienen la misma probabilidad de que sean elegidas y las no probabilísticas las cuales se caracterizan porque se eligen debido a que tienen aspectos comunes y su elección está relacionado con las características que busca el investigador en el estudio (Behar, 2008). En base a lo mencionado se utilizó la muestra probabilística.

Sin embargo, López y Fachelli (2017), consideran que una población finita a toda población formada por menos de 100.000 unidades, e infinita a aquella que tiene 100.000 o más.

De acuerdo con lo antes mencionado, se utilizó la población finita y para calcular la muestra se utilizó una fórmula, la cual se detalla a continuación:

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

Dónde:

- N** Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el trabajo de campo. Es la variable que se desea determinar.
- p y q** Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. De acuerdo con la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- Z** Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error= 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor $Z = 1.96$.
- N** El total de la población. En este caso 211,729 personas.
- EE** Representa el error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 5.00%.

Sustituyendo:

$$n = \frac{211,729 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (211,729 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 383 pobladores

La muestra está conformada por 383 pobladores.

2.3. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

2.3.1. Técnicas de recolección

Con la finalidad de cumplir los objetivos propuestos se utilizará como técnica: la encuesta, constituye como técnica básica para la recolección de datos que está compuesta por preguntas estructuradas. Gil (2016) ha considerado que una interacción verbal fue establecida por el encuestador y el sujeto de estudio con la finalidad de conseguir información que responda a interrogantes trazadas en relación con el problema de investigación.

2.3.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizará para recolectar y analizar los datos, se empleará el cuestionario con escala de medición tipo Likert. Puede darse como una guía, un manual, un aparato, una prueba, un cuestionario o una prueba (Sánchez et al., 2018)

Tabla 3.

Técnica e instrumento de recolección de datos

Variable	Técnica	Instrumento
Responsabilidad social empresarial	Encuesta	Cuestionario elaborado por (Borrás & Revollo, 2020)

Nota: Técnica e instrumento de recolección de datos elaborado por (Sánchez et al., 2018)

A continuación, se detalla información del cuestionario de responsabilidad social empresarial y su confiabilidad respectiva:

- N° de preguntas: 45
- Dimensiones para medir: económica, social y medioambiental.
- Tipo de escala: Likert – ordinal.

Las preguntas cuyas respuestas están organizadas en una escala de:

Tabla 4.

Escala de medición de la encuesta.

Escala	Respuesta
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Nota. Elaboración del responsable de la investigación, 2023.

2.3.3. Confiabilidad

El instrumento que se utilizó para recoger información sobre la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir fue el cuestionario.

Sin embargo, se elaboró un diagnóstico general de las empresas, además, se buscó la bibliografía necesaria para elaborar los conceptos del marco teórico y marco conceptual de nuestro trabajo de investigación.

2.3.4. Validez

“Es el grado en que un método o técnica sirve para medir con efectividad lo que supone que está midiendo. Se refiere a que el resultado obtenido mediante la aplicación del instrumento demuestra medir lo que realmente se desea medir” (Sánchez et al., 2018, p.124).

Tabla 5.

Análisis de fiabilidad del instrumento de responsabilidad social empresarial

Estadísticas de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,9183	45

Nota: Resultado de la confiabilidad de responsabilidad social empresarial.

Tomando en cuenta el resultado obtenido del coeficiente de Alpha de Cronbach de 0.9183, se precisa que el instrumento de evaluación presenta una confiabilidad excelente; cumpliendo con los criterios de fiabilidad y validez.

2.4. Procedimiento de análisis de datos

Cordero et al. (2020) han considerado que la asignación de criterios, expresados en la identificación sobre como este emprendimiento social ha crecido día con día y como el posicionamiento de una marca puede traer muchos beneficios para una entidad, es decir

van desde lo más importante hasta lo menos que puede ser afectada con ello encontrar la causa de la problemática encontrada.

Para la recolección de datos se siguieron los siguientes pasos:

- Primero se formuló las preguntas del cuestionario.
- Luego se buscó los cuestionarios a través de artículos científicos los cuales son instrumentos de investigación, finalmente con el soporte vivencial, se fundamenta y se da respuesta a la interrogante de esta investigación.
- Se solicitó el permiso a las empresas en estudio para aplicar el cuestionario.
- Se aplicó 1 cuestionario (Ver anexo 2).
- Luego de encuestar a cada emprendedor se le agradeció por su participación.

2.5. Análisis de datos

Para el análisis de la recolección de datos se utilizó una estadística inferencial, que luego de aplicar los cuestionarios de cada variable se procederá al vaciado de datos al programa de Microsoft Excel, que posteriormente serán exportados al programa estadístico IBM SPSS versión 26, el cual permitirá realizar las gráficas, tablas, correlaciones e interpretaciones, cumpliendo el objetivo de realizar el análisis correlacional. Por otro lado, Peña (2017) indicó que el SPSS soporta su caja de herramientas para el tratamiento de la información de las organizaciones, los procesos investigativos y los ejercicios académicos en la variedad de opciones y procedimientos de tipo estadístico que se pueden elaborar con el uso de este software.

2.6. Aspectos éticos

El trabajo de investigación conto con aspectos éticos, pues este estudio se preparó con absoluta y completa transparencia para presentar información que muestre resultados genuinos, reales y verdaderos. Y al adherirse a las normas, valores, principios de

integridad o al robo de información, es importante que diversas fuentes de investigación reconozcan sus opiniones y juicios de valor. Del mismo modo, esta encuesta fue considerada para la comunidad de El Porvenir; por ello, la investigación puede ser utilizada para otras investigaciones y está enfocado en reconocer este trabajo de otros autores a través de las normas APA 7ma ed. dentro del estudio en curso se han utilizado los siguientes aspectos éticos: Confidencialidad: Como parte del compromiso del investigador, la confidencialidad de los datos y la identidad de la mayoría de las investigaciones y de las empresas que las implementan son respetadas en sus áreas. Integridad: Se considera la aplicación de la integridad moral en una profesión o en cualquier otra forma, mostrando siempre honestidad, dignidad, lealtad y actuando con justicia y honradez.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Objetivo general: Determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023.

Tabla 6.

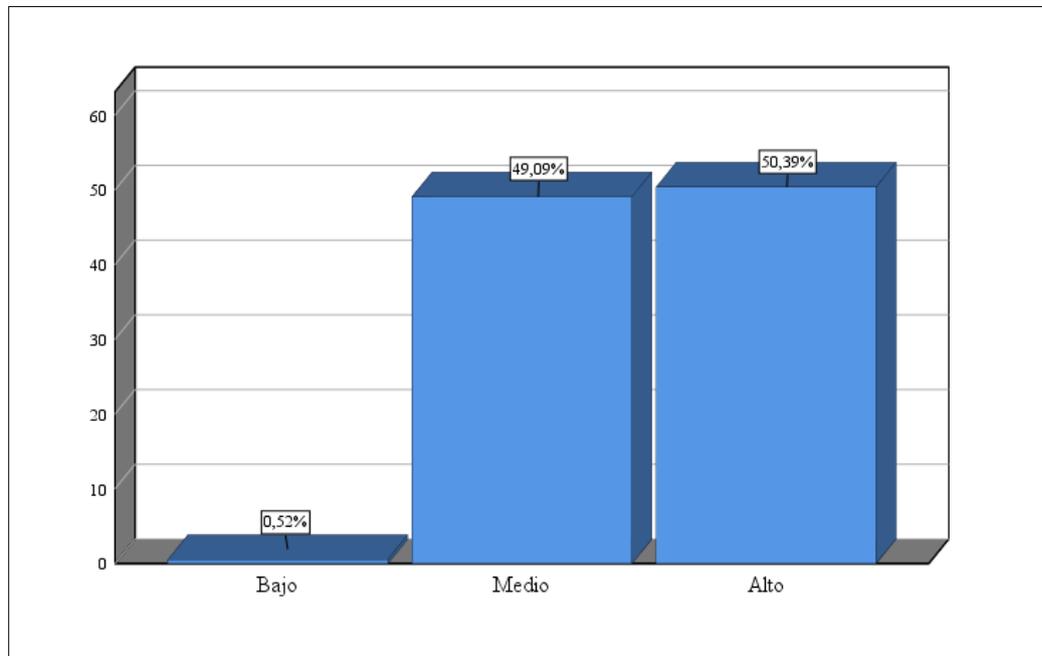
Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir.

Percepción	Pobladores	Porcentaje
	N	%
Bajo	2	0,5
Medio	188	49,1
Alto	193	50,4
Total	383	100,0

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los pobladores de El Porvenir (2023)

Figura 1.

Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir.



Nota. Fuente: Tabla 1.

Interpretación:

Los resultados muestran que la percepción de Responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir ha considerado un total del (100%) de los encuestados.

Respecto a los pobladores perciben la Responsabilidad social empresarial de nivel alto (50,4%), un nivel medio (49,09%) y un nivel bajo (0,52%) lo cual significa que las acciones de impactos que realizan en la comunidad de El Porvenir en lo económico, medioambiental y social las cuales son percibidas con el compromiso de seguir progresando. Por lo tanto, los pobladores que respondieron con nivel alto y medio percibiendo que en la mayoría de las acciones, son relevantes a la hora de trabajar y trae como resultado un arduo crecimiento de la responsabilidad social empresarial.

Finalmente, respecto a la percepción de la responsabilidad social empresarial dentro de la comunidad de El Porvenir se encuentran en niveles altos y medios, por lo que se llega a determinar que la totalidad de pobladores, aprecian mediante el compromiso solidario y dinámico que las empresas en su gestión favorezcan al bienestar hacia la sociedad.

Objetivo específico 1: Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir 2023.

Tabla 7.

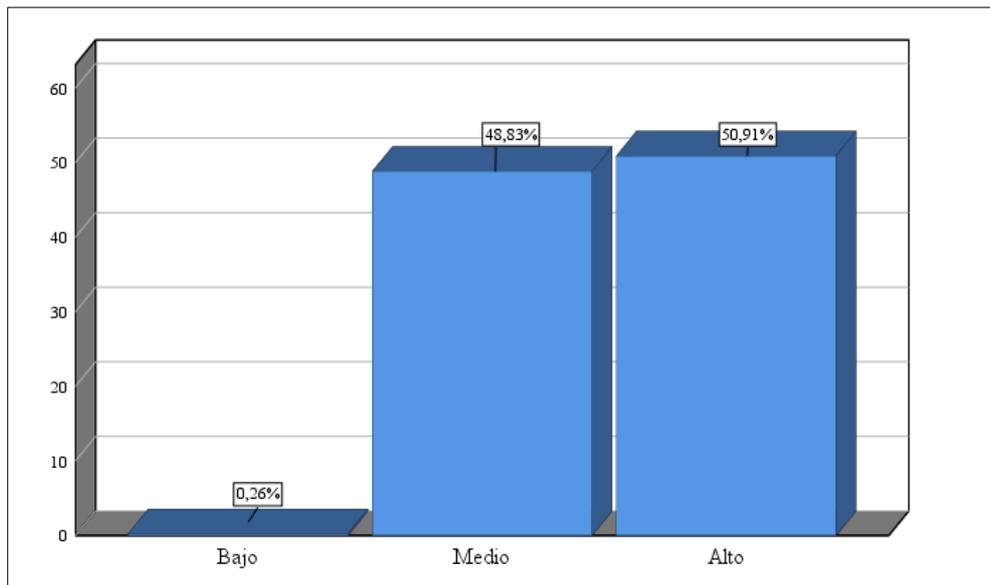
Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica.

Percepción	Pobladores	Porcentaje
	N	%
Bajo	1	0,3
Medio	187	48,8
Alto	195	50,9
Total	383	100,0

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los pobladores de El Porvenir 2023.

Figura 2.

Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica.



Nota. Fuente tabla 7.

Interpretación:

Los resultados muestran que el nivel de percepción de la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir ha considerado un nivel alto del total del (100%) de los encuestados.

Respecto a los pobladores que respondieron como perciben la dimensión económica en un nivel alto (50,9%), un nivel medio (48,83%) y un nivel bajo (0,26%) lo cual significa que aprecian actividades de manera cómo respaldan con beneficios y estas son reflejadas hacia la comunidad en estudio.

Finalmente, respecto a la percepción en la dimensión económica en su mayoría se ubica en un nivel alto y medio del total de los encuestados, lo que quiere decir que la comunidad de El Porvenir cuenta con buenos productos o servicios de buena calidad a precios justos que brindan las microempresas que benefician a esta comunidad.

Objetivo específico 2: Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental en la comunidad de El Porvenir 2023.

Tabla 8.

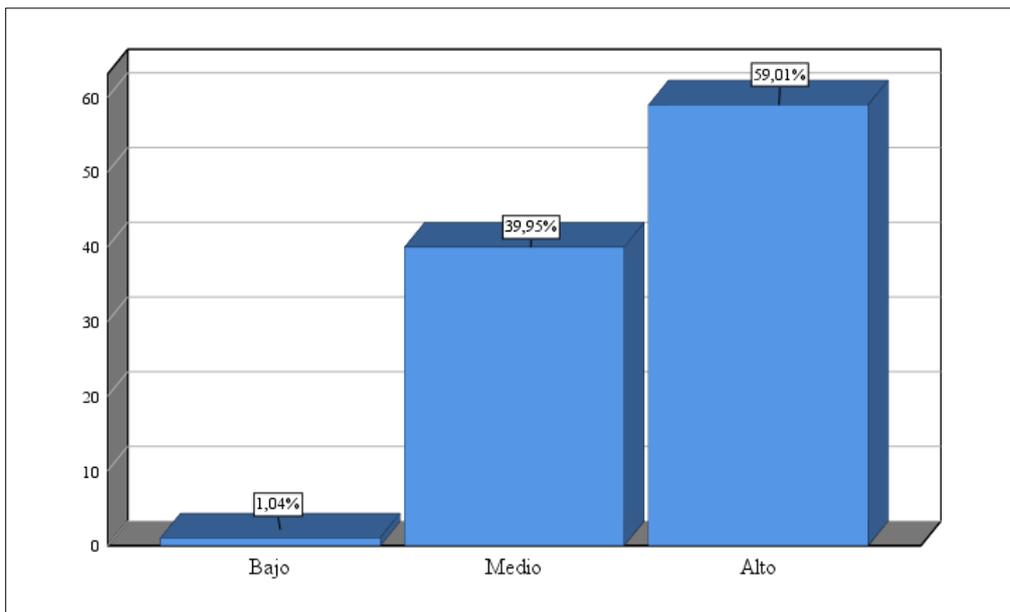
Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental

Percepción	Pobladores	Porcentaje
	N	%
Bajo	4	1,0
Medio	153	39,9
Alto	226	59,0
Total	383	100,0

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los pobladores de El Porvenir 2023.

Figura 3.

Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental



Nota. Fuente: Tabla 8.

Interpretación:

Los resultados muestran que el nivel de percepción de la dimensión medioambiental en El Porvenir ha considerado un nivel medio del total del (100%) de los encuestados.

Respecto a los pobladores que respondieron como perciben la dimensión medioambiental en un nivel bajo (1%), medio (39,9%) y un nivel alto (59%) lo cual significa que la comunidad está en el camino de cumplir todas las normas para cuidar el medio ambiente, optimizando el uso de los recursos ambiental para dar un impacto positivo hacia a la población.

Finalmente, respecto a la percepción de la dimensión medioambiental dentro de la comunidad de El Porvenir se encuentran en niveles medios y altos, por lo que se llega a determinar que los nuevos protocolos de seguridad previenen la salud de la comunidad, de esa forma brindar un valor agregado con un ambiente agradable.

Objetivo específico 3: Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir 2023.

Tabla 9.

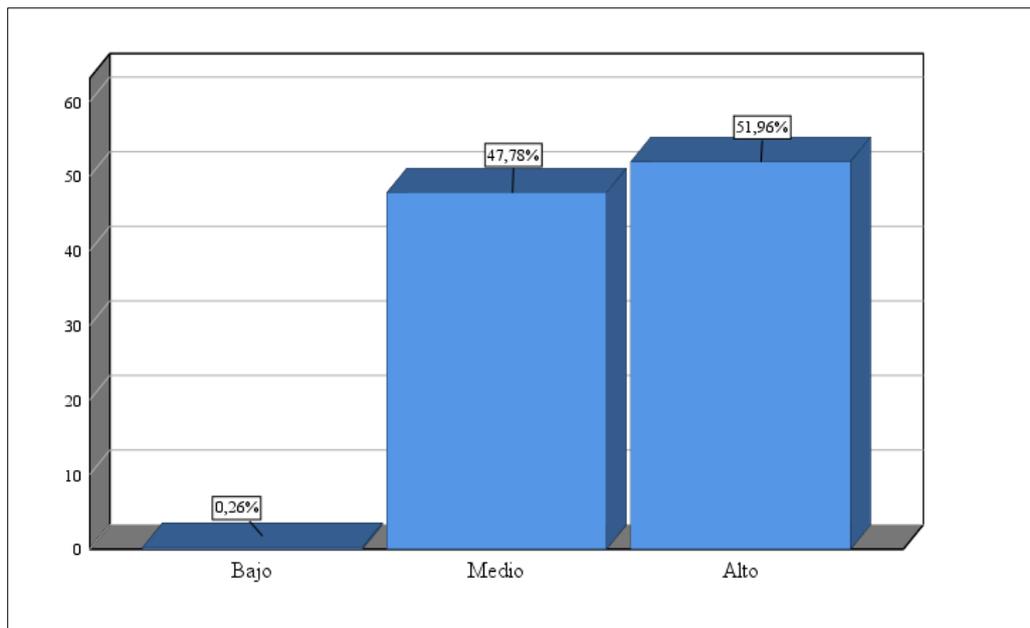
Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social

Percepción	Pobladores	Porcentaje
	N	%
Bajo	1	0,3
Medio	183	47,8
Alto	199	52,0
Total	383	100,0

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los pobladores de El Porvenir 2023.

Figura 4.

Percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social



Nota. Fuente: Tabla 9.

Interpretación:

Los resultados muestran que el nivel de percepción en la dimensión social en El Porvenir ha considerado un nivel medio del total del (100%) de los encuestados.

Respecto a los pobladores perciben la dimensión social en un nivel bajo (0,3%), en un nivel medio (47,8%) y un nivel alto (52%) lo cual significa que las empresas se encuentran en proceso de involucrarse más con trabajos sociales que gestionen activamente a la comunidad de El Porvenir.

Por último, en relación con el nivel de percepción en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir se encuentran en niveles medios y altos, por lo que se llega a determinar en total de los pobladores aprecian la dirección a cumplir con todas las expectativas de responsabilidades social para optimar la calidad de vida de la comunidad.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este capítulo, se presentan las implicancias, limitaciones y la discusión de resultados obtenidos con otras investigaciones.

Por sus implicaciones prácticas trata sobre cuál es la percepción por parte de los pobladores de la comunidad de El Porvenir como la responsabilidad social empresarial, sobre cómo manejan sus recursos, para que a futuro genere beneficios económicos a mediano y a largo plazo; también, para finalizar con procesos proactivos y dar a conocer las fuerzas que impulsan a la comunidad un servicio satisfactorio; asimismo, las conclusiones de esta investigación puedan tomarse como referencia y la responsabilidad social empresarial sean percibidas por la comunidad, debido a que en muchas ocasiones amerita la disyuntiva de que algunos pobladores cambien de ideologías y cumplan con sus expectativas.

Las implicaciones metodológicas de este estudio han tenido un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de tipo Básica, nivel descriptivo, ya que se utilizó un cuestionario de 45 preguntas la cual está abocado a las dimensiones de la responsabilidad social empresarial dirigido a 383 pobladores de la comunidad de El Porvenir, se utilizó el programa SPSS V26, para sacar su estadística y analizar los resultados obtenidos por el programa e interpretar la percepción en base a sus objetivos si son o no aceptadas.

Las implicaciones sociales servirán como marco de referencia para futuras investigaciones, que aborden temas similares a la responsabilidad social empresarial la cuales comprendieron a procesos metodológicos aplicados a obtener resultados confiables y consistentes en dicho tema que llegó a ser objeto de investigación.

Las limitaciones que se ha tenido se debieron a que no hay tiempo para el diálogo directo con la comunidad sobre todo a que la información solo proporciona datos generales y

estas no se encuentran a detalle; en la recolección de datos existe desconfianza porque la información es confiable. Por lo tanto, se creó un diálogo para empatizar con los encuestados para obtener los datos necesarios. El tiempo de revisión de tesis se retrasa por circunstancias debido a los protocolos de seguridad, porque son primordiales.

Respecto a los resultados del objetivo general: determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023. Al respecto, Landázuri, Hinojosa y Aguilar en el 2018; se obtuvo como resultado de Chi cuadrado el valor de R^2 es de 0,669; aportan una alta explicación así como se ha obtenido el 50.4% un nivel alto sobre las acciones de impactos que realizan a la comunidad de El Porvenir en lo económico, medioambiental y social; debido a que son percibidas con el compromiso de seguir progresando hacia la comunidad en estudio (tabla 6). Por ello, los autores Almeida y Arrechavaleta (2018) definieron que las teorías de la economía empresarial presentadas se ajustan plenamente al contexto universitario de carácter público de manera general y requieren prestigio y rentabilidad a futuro con dichas actividades. Este resultado no coincide con Zegarra (2019), llegaron a la conclusión que las percepciones solo de algunos públicos son diversos y necesarios en investigaciones que evidencien la relación de la responsabilidad social empresarial en otro tipo de públicos.

Respecto a los resultados del primer objetivo específico: Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir 2023. Por ello, los autores Acosta et al. (2018) consideran que cada vez más las empresas empiezan a valorar los propósitos de la responsabilidad social y demuestran interés en implementarlo en las organizaciones. Tal como, García et al. (2022), en su estudio señaló que la falta de conocimiento sobre el tipo de empresa se ignoró por parte de los vecinos no visualizar un espacio apropiado como fábrica de producción y lo asumían como un terreno

amplio al que no le atribuían función específica. Por ello, se encontró que, Yucra (2016) consideró que los medios de comunicación de Puno que destacan más en acciones de responsabilidad social son prioritariamente radiales y televisivos, y en alianzas con actores externos al medio. De este modo, esta investigación será un antecedente para futuros estudios, así puedan tomar acciones positivas hacia las comunidades, que buscan incrementar la productividad y la eficiencia en sus procesos. Se fundamenta en el concepto de dimensión económica, según Raufflet (2017), ha tenido la capacidad de generar ingresos o incrementar las utilidades, ya sea desde una perspectiva monetaria o no monetaria.

Respecto a los resultados del segundo objetivo específico: Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental en la comunidad de El Porvenir 2023. Se fundamenta en La dimensión ambiental significa crear satisfacción con el medio ambiente y cuidar el medio ambiente a través de la cultura para asegurar la sostenibilidad del entorno de desarrollo de Vega (2013). Al respecto en este estudio se percibió un nivel alto del 59% lo cual significa que la comunidad está en el camino de cumplir todas las normas para cuidar el medio ambiente. De acuerdo con el autor Carlin (2022), concluyó que este estudio ha verificado el cumplimiento de las actividades de la responsabilidad social empresarial y estas deben ir acompañadas de la implementación de un plan de acción en el desarrollo comunal que permita que las organizaciones protejan el medio ambiente a través de diferentes organizaciones, públicas o privadas. Zegarra (2019); consideró que la toma de decisiones en las organizaciones es el punto central de su éxito o fracaso y en este sentido, una precisa estimulación a investigaciones en esta temática, como se ha visto es de carácter global y pueden existir ciertas variaciones dependiendo del contexto en el que se investigue.

Respecto a los resultados del tercer objetivo específico: Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir 2023.

De este modo, en lo que se refiere a la edad es variable para los microempresarios de la comunidad de El Porvenir, de diversidad de sexo, ha tenido como percepción un nivel alto (52%) en la dimensión social; lo cual significa que se analizaron la relación entre la responsabilidad social empresarial, la reputación de marca y el desempeño empresarial de las Pymes de Aguascalientes y encontraron que la responsabilidad social empresarial tiene un efecto positivo en la reputación de marca, que a su vez incide positivamente en la reputación de marca y resultados comerciales, Maldonado et al. (2016). Se fundamenta la teoría sobre el objetivo de la dimensión social: canalizar el flujo de información desde las fuentes hacia los usuarios, intentando optimizar recursos y tiempos. Por otro lado, Sansores y Granados (2017), contribuyen a realizar los programas de la responsabilidad social empresarial que implementan dichas empresas se basan en el conocimiento y los beneficios que generando un amplio conocimiento de responsabilidad social corporativa. Medrano et al. (2019) determinó en reconocer la institucionalidad de la personería jurídica de la Comunidad Campesina y la aprobación de la población en el desarrollo del proyecto minero y garantizar que sea rentable y responsable. De este modo, Fuentes y Herbias en 2022, mostró como la influencia es positiva de 0,519 entre la responsabilidad social corporativa y políticas externas y la Imagen Corporativa.

CONCLUSIONES

1. Se logró percibir que la responsabilidad social empresarial con un 50.4%, encontrándose en un nivel alto debido a que todas las acciones económicas, sociales y ambientales se enfocaron a comprometerse de forma solidaria y dinámica para el bienestar de la comunidad de El Porvenir (Tabla 5)
2. Se analizó la percepción en la dimensión económica donde el 50.9% muestra un nivel alto, la cual equivale a una excelente calidad de los bienes y servicios que brindan las microempresas hacia la comunidad de El Porvenir a precios asequibles, recibiendo de esa forma beneficios recíprocos generados rentabilidad y apoyo de esta (Tabla 6)
3. Se determinó la percepción en la dimensión medioambiental con un 59% observando un nivel alto y esto quiere decir que la comunidad de El Porvenir se encuentra en proceso de cumplir todas las normas para preservar el medio ambiente y adaptarse a los nuevos estándares en la salud y seguridad (Tabla 7)
4. Se logró percibir que en la dimensión social con un 52% ha tenido un nivel alto, donde la comunidad de El Porvenir consiguió alianzas, estrategias, etc. que lograron impactar las prácticas sociales en beneficios generales y con ello conseguir un apoyo total (Tabla 8)

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda continuar brindando información para aumentar el compromiso con la responsabilidad social empresarial, la comunicación efectiva y así aumentar la conciencia y la confianza entre las microempresas y la comunidad de El Porvenir.
2. Se recomienda en la dimensión económica se ejecute un emprendimiento que sea percibido por los pobladores de El Porvenir y así traducirse a un valor agregado a través de la reciprocidad.
3. Se recomienda en la dimensión medioambiental, elaborar una propuesta de mejora basada en impulsar las iniciativas de reciclaje de la microempresa para proteger el medio ambiente, lo que ayudará a reducir la contaminación en la comunidad de El Porvenir.
4. Se recomienda en la dimensión social, desarrollar una propuesta para mejorar el conocimiento de las actividades sociales de las microempresas para ayudar a satisfacer las necesidades de la comunidad de El Porvenir.

REFERENCIAS

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v15n2/1794-4449-rlsi-15-02-105.pdf>
- Almeida, M., & Arrechavaleta, N. (2018). Responsabilidad social empresarial y sus limitaciones en el contexto académico. *Revista Cubana Educación Superior*(2), 87-103. <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v37n2/rces07218.pdf>
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa-Perú: Enfoques Consulting Eirl.
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3109/1/2022_Metodologia_de_la_investigacion_El_metodo_%20ARIAS.pdf
- Auccatingo, E. (2023). *La responsabilidad social empresarial en el Perú*. <https://boletinsociedades.com/2021/05/16/la-responsabilidad-social-empresarial-en-el-peru/>
- Baena, G. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *INNOVAG*(2), 56-62. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- Cajiga, J. (2020). El concepto de responsabilidad social empresarial. *Cemefi*, 1-35. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Carlín, V. (2022). Responsabilidad social empresarial y el desarrollo de la comunidad en el entorno de la compañía minera 2018. *Revista Industrial Data*, 25(2), 171-186. <https://doi.org/10.15381/idata.v25i2.18924>
- Delgado, E. (2019). *Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la satisfacción laboral de la empresa SEDALIB S.A. – distrito de Trujillo 2018*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNIT_def907fe7cff107109a9b0562373dfde
- Expoknews. (29 de 03 de 2021). Historia de la Responsabilidad Social: <https://www.expoknews.com/historia-de-la-responsabilidad-social/#:~:text=1960,de%20la%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial>.
- Fuentes, L., & Herbias, M. (2022). Responsabilidad social empresarial y su influencia en la imagen corporativa de la Caja Trujillo en la provincia de Trujillo, 2016-2017. *Revista Ciencia Y Tecnología*, 18(2), 47 - 53. <https://doi.org/10.17268/rev.cyt.2022.03.04>

- García, Y., González, H., Briseño, A., & Arvizu, M. (2022). Diagnóstico de percepción de responsabilidad social empresarial. Presentación gráfica y propuestas estratégicas: estudio de caso. *Apuntes De economía Y Sociedad*, 3(1), 69–85. <https://doi.org/10.5377/aes.v3i1.14600>
- Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Madrid: UNED.
- Hernández, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Bapista, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6ª Edición*. México: Mc Graw Hill Education.
- Landázuri, Y., Hinojosa, A., & Aguilar, N. (2018). Responsabilidad Social Empresarial: un instrumento para medir la implementación en las empresas del índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores*. *Cuadernos de Contabilidad*, 19(48), 1-16. [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/19-48%20\(2018\)/151557795005/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CC/19-48%20(2018)/151557795005/)
- Lloret, A. (5 de 8 de 2014). *El problema de la responsabilidad social empresarial*. <https://mundoitam.com/2014/08/05/el-problema-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Manila. (20 de 11 de 2018). *La OIT, la UE y la OCDE se asocian a favor de cadenas de suministro responsables*. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_650585/lang--es/index.htm
- Medrano, M., Masías, J., Obeso, J., Morón, G., Moreano, L., García, E., & Lalupu, C. (2019). La responsabilidad social empresarial en la relación comunidades campesinas y empresas mineras. *LEX N° 23*, 17(23), 327-360. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/1681/1798>
- Moss, R. (24 de 8 de 2022). *ExpokNews*. 4 errores de las empresas en responsabilidad social: <https://www.expoknews.com/errores-de-las-empresas-en-responsabilidad-social/>
- Münch, L. (2018). *Administración: gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo (3a. ed.)*. Pearson Educación. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/113243?page=280>
- Peña, S. (2017). *Análisis de Datos*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Prieto, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios (2a. ed.)*. Pearson Educación. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/38084>
- Ramón, N. (21 de 05 de 2022). *Internacionalización*. Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como estrategia de internacionalización: <https://www.internacionalmente.com/la-responsabilidad-social-corporativa-rsc/>
- Raufflet, E. (2017). *Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial*. Pearson Educación. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/108455?page=31>
- Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial*. (s.f.).
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Perú: Editorial Universidad Ricardo Palma.
- Túñez, M., & Costa, C. (2014). *Comunicación corporativa: claves y escenarios*. Editorial UOC. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upnpe/detail.action?docID=4183903>

- Ugaz, C., & Moreno, A. (2014). Influencia de la formalización de las MYPEs del sector calzado. *Ciencia y Tecnología*, 10(4), 191 - 206. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/806>
- Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios*, 17(42), 309-333 . <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>
- Vélez, A., Neira, D., & Díaz, G. (2019). Responsabilidad social: una perspectiva estratégica de la educación para el desarrollo sostenible. *Revista Educación Superior Y Sociedad (ESS)*, 30(30), 218-232. <https://www.iesalc.unesco.org/ess/index.php/ess3/article/view/107>
- Wendlandt, T., Álvarez, M., Nuñez, M., & Valdez, D. (2016). Validación de un instrumento para medir la responsabilidad social empresarial en consumidores de México. *AD-minister*(29), 79-100. <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322348399004.pdf>
- Yucra, Y. (2016). La responsabilidad social empresarial del sector de los medios de comunicación de la Ciudad de Puno. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 18(4), 497-506. <https://doi.org/10.18271/ria.2016.242>
- Zegarra, R. (2019). Responsabilidad social empresarial y la percepción de la empresa": una revisión de la literatura científica. *UPN BOX*, 1(1), 1-36. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28968?show=full>

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 10.

Matriz de consistencia

TÍTULO: "Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023"					
PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>GENERAL: ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir 2023? ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental en la comunidad de El Porvenir 2023? ¿Cuál es la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir 2023? 	<p>Según Arias en el 2020, afirma que los estudios descriptivos pueden permitir la posibilidad de predecir un evento aunque sean de forma rudimentaria; por ello al contar con una sola variable no existe manipulación de fenómenos o variables. Por lo tanto, esta investigación cuenta con una sola variable no es necesario plantear una hipótesis.</p>	<p>GENERAL: Determinar la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023.</p> <hr/> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión económica en la comunidad de El Porvenir 2023. Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión medioambiental en la comunidad de El Porvenir 2023. Conocer la percepción de la responsabilidad social empresarial en la dimensión social en la comunidad de El Porvenir 2023. 	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Responsabilidad social empresarial</p>	<p>Enfoque: cuantitativo Tipo: Básica. Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental.</p> <p>Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.</p>	<p>POBLACIÓN: Por ello, el INEI realizó un censo en el año 2017 se indica la población en esta investigación a 190,461.</p> <p>MUESTRA: La muestra está conformada por 383 pobladores.</p>

Nota. Elaboración del autor.

Anexo 2

Tabla 11.

Matriz de operacionalización de variables

Título: “Percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023”				
Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Escala De Medición
Responsabilidad social empresarial	La responsabilidad social empresarial es mantenerse con el compromiso de actuar éticamente, contribuyendo al desarrollo económico y mejorando la calidad de vida de los empleados y las familias, así como de las comunidades locales y de la sociedad en su conjunto (Yucra, 2016).	La responsabilidad social empresarial, es el vínculo que se asocia con la sociedad, cumpliendo con el bienestar de la población a fin de conseguir un beneficio recíproco. Se medirá a través de la percepción de las dimensiones económica, legal, ética y filantrópica en la comunidad de El Porvenir.	Económica Social Medioambiental	Ordinal

Nota. Elaboración del autor.

Anexo 3: Instrumento

Cuestionario de la percepción de la responsabilidad social empresarial

Estimado(a) encuestado(a): Nos encontramos realizando una investigación con la finalidad de recabar información acerca de la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad, la cual será de vital importancia. Por ello usted puede marcar la alternativa correspondiente con una “X” o con un Check. Y se ha considerado la escala siguiente: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indiferente, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo

Edad

- a) 25 a 30
- b) 31 a 35
- c) 36 a 40
- d) 41 a más

Sexo

- a) Femenino
- b) Masculino

Marcar por favor:

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
Dimensión social						
1	Las empresas u organizaciones en El Porvenir cumplen con las leyes y regulaciones establecidas por la sociedad					
2	Las empresas u organizaciones en El Porvenir promueven principios, derechos y valores humanos					
3	Las empresas u organizaciones en El Porvenir Promueven la educación, respetan las diferencias y creencias sociales raciales y religiosas					
4	Las empresas u organizaciones en El Porvenir respetan los derechos y empoderamiento de la mujer					
5	Las empresas u organizaciones en El Porvenir sus niveles de comunicación son los apropiados					
6	Las empresas u organizaciones en El Porvenir informan el impacto de las decisiones y actividades en el medio ambiente					
7	Las empresas u organizaciones en El Porvenir utilizan mecanismos para comunicar los errores y fallas de la comunidad con el fin de prevenir la repetición de esos hechos					
8	Las empresas u organizaciones en El Porvenir se basan en diseños estratégicos formales a incluir misión visión y objetivos estratégicos					

9	Las empresas u organizaciones en El Porvenir en la misión y la visión de la comunidad incluyen el enfoque de responsabilidad social empresarial					
10	Las empresas u organizaciones en El Porvenir diseñan y utilizan políticas para evaluar e identificar los impactos económicos sociales y ambientales					
11	Las empresas u organizaciones en El Porvenir tienen objetivos estratégicos de la microempresa incluyen metas sociales y ambientales					
12	Las empresas u organizaciones en El Porvenir trabajan con un sistema de estimulación al desempeño social y ambiental en la comunidad					
13	Las empresas u organizaciones en El Porvenir garantizan la salud y la seguridad de la comunidad de acuerdo con lo establecido					
14	Las empresas u organizaciones en El Porvenir promueven, reconocen y estimulan acciones de innovación, capacitación y formación para la comunidad					
15	Las empresas u organizaciones en El Porvenir realizan acciones hacia la comunidad para informar y educar sobre la contaminación y se toman las medidas para reducirlos					
16	Las empresas u organizaciones en El Porvenir fomentan la generación de relaciones positivas con la comunidad					
17	Las empresas u organizaciones en El Porvenir establecen proyectos que promuevan las tradiciones, cultura y valores sociales					
18	Las empresas u organizaciones en El Porvenir realizan acciones para informar y educar a los pobladores sobre el impacto del consumo inadecuado de los productos y servicios que brindan las empresas y las medidas para reducir sus efectos negativos					
19	Las empresas u organizaciones en El Porvenir ejecutan acciones que fomentan las relaciones colaborativas y transparentes con la municipalidad					
Dimensión económica						
20	Las empresas u organizaciones en El Porvenir relacionan muestran resultados económicos y con ello apoya a la comunidad					
21	Las empresas u organizaciones en El Porvenir cumplen con las obligaciones fiscales					
22	Las empresas u organizaciones en El Porvenir utilizan mecanismos para medir y evaluar la rentabilidad, la liquidez, la productividad y otros indicadores de la municipalidad					
23	Las empresas u organizaciones en El Porvenir relacionan los indicadores de desempeño social y ambiental con el presupuesto de la municipalidad					
24	Las empresas u organizaciones en El Porvenir aplican políticas para la disminución de los costos y gastos relacionados con el producto y servicio ofrecer a la comunidad					
25	Las empresas u organizaciones en El Porvenir controlan los gastos de electricidad, combustible y otras fuentes de energía					
26	Las empresas u organizaciones en El Porvenir controlan el gasto de agua					
27	Las empresas u organizaciones en El Porvenir incluyen los presupuestos el financiamiento de proyectos con las comunidades que promueven las tradiciones, cultura y valores sociales					
28	Las empresas u organizaciones en El Porvenir se preocupan por la calidad de los productos, servicios y procesos dentro de la microempresa					
29	Las empresas u organizaciones en El Porvenir realizan acciones para la fidelización para la comunidad que consume los bienes y servicios de esta					
30	Las empresas u organizaciones en El Porvenir tienen una relación estrecha con los proveedores y se analizan la calidad y precios de los productos					
31	Las empresas u organizaciones en El Porvenir mantienen relaciones estables y beneficiosas con las instituciones bancarias					
32	Las empresas u organizaciones en El Porvenir tienen una administración integral de riesgos para identificar los riesgos y se toman medidas para reducirlas					

Dimensión medioambiental					
33	Las empresas u organizaciones en El Porvenir ejecutan acciones para el manejo óptimo y reducción del consumo de energía				
34	Las empresas u organizaciones en El Porvenir ejecutan acciones para el ahorro del agua				
35	Las empresas u organizaciones en El Porvenir ejecutan acciones para el manejo y la reducción de residuos y vertimientos				
36	Las empresas u organizaciones en El Porvenir utilizan mecanismos para asegurar el cumplimiento de la legislación ambiental				
37	Las empresas u organizaciones en El Porvenir ejecutan inversiones en temas ambientales				
38	Las empresas u organizaciones en El Porvenir realizan mecanismos de prevención y minimiza los impactos por ruidos olor, luz vibraciones y contaminación del suelo				
39	Las empresas u organizaciones en El Porvenir ejecutan acciones para identificar, prevenir riesgos ambientales y controlar accidentes relacionados				
40	Las empresas u organizaciones en El Porvenir dan preferencia al uso de productos y servicios de proveedores que demuestren compromiso con el medio ambiente				
41	Las empresas u organizaciones en El Porvenir cuentan con una certificación ambiental				
42	Las empresas u organizaciones en El Porvenir utilizan productos no contaminantes				
43	Las empresas u organizaciones en El Porvenir promueven programas de educación ambiental				
44	Las empresas u organizaciones en El Porvenir informan a los clientes sobre el cuidado del medio ambiente				
45	Las empresas u organizaciones en El Porvenir elaboran planes de contingencia para evitar accidentes ambientales que afecten a la comunidad				

Nota. Cuestionario elaborado por (Borrás & Revollo, 2020)

Anexo5. Cuestionario realizado en Google Forms



Cuestionario de la percepción de la responsabilidad social empresarial

Estimado(a) encuestado(a): Nos encontramos realizando una investigación con la finalidad de recabar información acerca de la percepción de la responsabilidad social empresarial en la comunidad, la cual será de vital importancia. Por ello usted puede marcar la alternativa correspondiente con una "X" o con un check. Y se ha considerado la escala siguiente: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indiferente, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo

eulaliodelacruz578@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

25 a 30

31 a 35

36 a 40

41 a más

Sexo *

Masculino

Femenino

Marcar por favor: *

Dimensión social

	1	2	3	4	5
Cumplen con todas las leyes y regulaciones establecidas en la sociedad, medioambiente	<input type="radio"/>				

Link del formulario: <https://forms.gle/mrcCAkc1gpTcrtg6>



Se realizó un cuestionario de 45 preguntas en el programa Google Forms, el cual muestra la cantidad de microempresarios que contestaron según cada pregunta que se formuló y con ello se logró rescatar información que se pasó al programa SPSS para este trabajo de investigación y el link que se colocó para mostrar cómo está el cuestionario de las 45 preguntas de manera virtual.

Anexo 6: Validación de expertos

Experto 01: Carlos Alberto Pastor Casas (Doctor)

Matriz de evaluación de expertos (cuestionario)

Eulalio Mitchell Cruz Lezama
Para: Carlos Alberto Pastor Casas

Mie 28/06/2023 19:44

Buenas noches estimado profesor Carlos Pastor, como es de su conocimiento me encuentro realizando mi tesis, "La percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023", y para continuar con la elaboración de la misma recurro a usted para la validación de mi cuestionario, sin otro particular, agradezco de antemano su valioso apoyo.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNIDAD DE EL PORVENIR 2023		
Línea de investigación:		Gestión de organizaciones		
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Cuestionario		
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le recomendamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están repetidas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos esperados?	X		
Sugerencias:				

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Experto 02: Juan Ricardo Zegarra Niño (Magíster)

Matriz de evaluación de expertos (cuestionario)

E Eulalio Mitchell Cruz Lezama
Para: Juan Ricardo Zegarra Niño

Jue 29/06/2023 5:49

Buenos días estimado profesor Juan Ricardo Zegarra Niño, como es de su conocimiento me encuentro realizando mi tesis, "La percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023", y para continuar con la elaboración de la misma recurro a usted para la validación de mi cuestionario, agradezco de antemano su valioso apoyo, que contribuirá a la sociedad para futuras investigaciones.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS			
Título de la Investigación:		PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNIDAD DE EL PORVENIR 2023	
Nombre de Investigador:		Categoría de especialista:	
Eulalio Mitchell Cruz Lezama		Experto	
<p>Resolución: Se otorga el puntaje de acuerdo a lo que se indica en la tabla de calificación de los ítems de la encuesta. Se debe de marcar con X el ítem que se considere válido y con N el ítem que se considere no válido. Asimismo, se debe de marcar con O el ítem que se considere no aplicable. Se debe de marcar con A el ítem que se considere no aplicable. Se debe de marcar con K el ítem que se considere no aplicable.</p>			
Ítem	Pregunta	Aplica SI / NO	Observaciones
1	El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X	
2	El instrumento de medición de datos tiene relación con el título de la investigación?	X	
3	¿Una el instrumento de medición de datos se relaciona con las variables de investigación?	X	
4	El instrumento de medición de datos facilita el logro de los objetivos de la investigación?	X	
5	El instrumento de medición de datos se relaciona con las variables de estudio?	X	
6	La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están repetidas?	X	
7	¿Cada uno de los ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los objetivos de la investigación?	X	
8	El diseño del instrumento de medición facilita el análisis y procesamiento de datos?	X	
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X	
10	El instrumento de medición está acorde a la población objeto de estudio?	X	
11	El instrumento de medición es claro, preciso y conciso de responder para de este estudio, respecto a los datos esperados?	X	

Nombre completo: Juan Ricardo Zegarra Niño
 DNI: 8592614
 Celular: 983333333

Firma del Experto: 
 Fecha: 29/06/2023

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Experto 03: Alan Enrique García Guttí (Magíster)

E Euliano Mitchell Cruz Lezama
Para: Alan Enrique García Guttí Jun 29/06/2023 5:56

Buenos días estimado profesor Alan García Guttí, como es de su conocimiento me encuentro realizando mi tesis, "La percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad de El Porvenir 2023", y para continuar con la elaboración de la misma recurro a usted para la validación de mi cuestionario, agradezco de antemano su valioso apoyo, que contribuirá a la sociedad para futuras investigaciones.



MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:		PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMUNIDAD DE EL PORVENIR 2023	
Línea de investigación:		Gestión de organizaciones	
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Cuestionario	

Objetivo: La matriz de evaluación de expertos, es un instrumento de validación de los ítems de un cuestionario con una "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, se sustentan en la valoración de los ítems, indicando sus observaciones y sugerencias, con la finalidad de mejorar la calidad de los ítems de la encuesta en estudio.

Ítem	Pregunta	Aprobó		Observaciones
		SI	NO	
1	El instrumento de medición pertenece al estudio planteado?	X		
2	El instrumento de medición de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	El instrumento de medición de datos se relaciona con las variables de investigación?	X		
4	El instrumento de medición de datos facilita el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	El instrumento de medición de datos se relaciona con los variables de estudio?	X		
6	La redacción de los ítems tiene un sentido claro y no está ambiguo?	X		
7	¿Cada uno de los ítems del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los objetivos de la investigación?	X		
8	El diseño del instrumento de medición facilita el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	El instrumento de medición será accesible a la población objeto de estudio?	X		
11	El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Recomendación:

Nombre completo: Alan García Guttí
 DNI: 91527346
 Códig: Magister

[Firma]
Experto

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.