



## FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA  
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE UNA ENTIDAD  
FINANCIERA DEL DISTRITO DE VENTANILLA, REGION  
CALLAO; 2021 ”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:

Lia Yanill Castañeda Luna

Asesor:

Dr. Elizabeth Mayuri Ramos

<https://orcid.org/0000-0001-9460-5235>

Lima - Perú

2021

### JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	<b>ROSA DIANA PEDROSA SAN MIGUEL</b>	<b>45807238</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>VIOLETA CECILIA GUERRERO CABALLERO</b>	<b>09864529</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>LUIS JOSÉ ALVARADO YUPANQUI</b>	<b>20025251</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

14/9/23, 19:17

Turnitin - Informe de Originalidad - TESIS

<p><b>Turnitin Informe de Originalidad</b></p> <p>Procesado el: 14-sept-2023 19:09 -05          Identificador: 2166399159          Número de palabras: 11575          Entregado: 1</p> <p>TESIS Por Lia Yanill Castañeda Luna</p>		<table border="1"> <tr> <td>Índice de similitud</td> <td>Similitud según fuente</td> </tr> <tr> <td>17%</td> <td>Internet Sources: 13% Publicaciones: 8% Trabajos del estudiante: 8%</td> </tr> </table>	Índice de similitud	Similitud según fuente	17%	Internet Sources: 13% Publicaciones: 8% Trabajos del estudiante: 8%
Índice de similitud	Similitud según fuente					
17%	Internet Sources: 13% Publicaciones: 8% Trabajos del estudiante: 8%					

2% match (Internet desde 09-dic.-2020)  
<https://lookformedical.com/es/search/responsabilidad-social>

1% match (Manuel Alejandro Ibarra Cisneros, Lourdes Alicia González Torres, María del Rosario Demuner Flores. "Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California", Estudios Fronterizos, 2017)  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content>

1% match (Internet desde 11-oct.-2022)  
[https://repositorio.upd.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/505/Limache\\_Sandoval\\_Elmer.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.upd.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/505/Limache_Sandoval_Elmer.pdf?isAllowed=y&sequence=1)

1% match (Internet desde 25-abr.-2019)  
<https://mafiadoc.com/diseo-de-modelo-de-responsabilidad-social- Sa2baadb1723dd0be188b39d.html>

1% match (Internet desde 03-feb.-2023)  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content>

1% match (Internet desde 13-nov.-2020)  
[https://moam.info/table-of-contents\\_59a7e7cc1723dd08400c5465.html](https://moam.info/table-of-contents_59a7e7cc1723dd08400c5465.html)

1% match (Internet desde 07-dic.-2020)  
<https://es.scribd.com/document/371392966/Libro-3-pdf>

1% match (Jacqueline Livia Achahuanco Villogas. "Gestión administrativa y uso de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) en dos instituciones educativas del distrito de la Molina, 2021", EVSOS, 2023)  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content>

1% match (trabajos de los estudiantes desde 22-mar.-2019)  
[Submitted to Universidad Peruana Austral del Cusco on 2019-03-22](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

1% match (trabajos de los estudiantes desde 04-feb.-2023)  
[Submitted to Universidad Autónoma de Ica on 2023-02-04](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (Internet desde 25-sept.-2021)  
<https://biblioteca.versila.com/?pagination=2&q=responsabilidad++social++empresarial>

< 1% match (Sandra Escamilla Solano, Paola Plaza Casado, Sandra Flores Ureba. "Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España", Revista de Contabilidad, 2016)  
[Sandra Escamilla Solano, Paola Plaza Casado, Sandra Flores Ureba. "Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España", Revista de Contabilidad, 2016](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 04-may.-2021)  
[Submitted to Universidad Tecnológica del Peru on 2021-05-04](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 16-jul.-2020)  
[Submitted to Universidad Tecnológica del Peru on 2020-07-16](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 14-jul.-2017)  
[Submitted to Universidad Cesar Vallejo on 2017-07-14](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 20-nov.-2017)  
[Submitted to Universidad Cesar Vallejo on 2017-11-20](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 09-jul.-2016)  
[Submitted to Universidad Cesar Vallejo on 2016-07-09](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 11-dic.-2017)  
[Submitted to Universidad Cesar Vallejo on 2017-12-11](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 17-ago.-2018)  
[Submitted to Universidad Cesar Vallejo on 2018-08-17](https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c7ee32ad-7484-44f1-ae04-38181ec237f4/content)

< 1% match (Internet desde 15-ene.-2023)  
[http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB\\_UMICH/2611/FCCA-D-2020-1354.pdf?isAllowed=y&sequence=1](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/2611/FCCA-D-2020-1354.pdf?isAllowed=y&sequence=1)

< 1% match (Internet desde 11-oct.-2022)  
<http://repositorio.ucso.edu.ec/bitstream/3317/17249/1/IT-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-255.pdf>

[https://www.turnitin.com/newreport\\_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=0&oid=2166399159&sid=0&n=0&m=2&svr=6&r=17.66066618031379&lang...](https://www.turnitin.com/newreport_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=0&oid=2166399159&sid=0&n=0&m=2&svr=6&r=17.66066618031379&lang...) 1/13

## DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios, a mis padres por haberme forjado como persona de bien, a mis hermanos por el apoyo brindado en el transcurso de mi carrera universitaria, muchos de mis logros se hicieron realidad gracias a ustedes, por la motivación dada constantemente para alcanzar mis metas

## AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradecer a mis padres por el apoyo moral y económico, a mis formadores, personas que con su sabiduría contribuyeron en mi formación académica, es inimaginable la gratitud que siento, por la confianza brindada en mí persona. Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes, el lograr satisfactoriamente un proyecto que en un principio no fue fácil y parecía una tarea interminable.

## TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR .....	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN .....	9
<b>CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
1.1 Realidad problemática .....	10
1.2 Bases Teóricas .....	12
1.3 Antecedentes .....	18
1.4 Formulación del problema .....	23
1.5 Objetivos .....	23
1.6 Hipótesis .....	24
<b>CAPITULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>27</b>
<b>CAPITULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>32</b>
<b>CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
REFERENCIAS .....	53
ANEXOS .....	56

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables .....	25
Tabla 2. Confiabilidad según Alfa de Cronbach.....	32
Tabla 3. Distribución de encuestados según su percepción de la Responsabilidad Social Empresarial .....	33
Tabla 4. Distribución de encuestados según su percepción de la competitividad empresarial	34
Tabla 5. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión social de la RSE	35
Tabla 6. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión económica de la RSE .....	36
Tabla 7. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión medioambiental de la RSE .....	37
Tabla 8. Distribución de encuestados según el Planeamiento estratégico .....	38
Tabla 9. Distribución de encuestados según la Comercialización .....	39
Tabla 10. Distribución de encuestados según el Recurso Humano .....	40
Tabla 11. Distribución de encuestados según los Sistemas de Información.....	41
Tabla 12. Prueba de normalidad .....	42
Tabla 13. Prueba de hipótesis general.....	43
Tabla 14. Prueba de hipótesis específica 1 .....	44
Tabla 15. Prueba de hipótesis específica 2 .....	45
Tabla 16. Prueba de hipótesis específica 3 .....	46
Tabla 17. Matriz de consistencia .....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de encuestados según su percepción de la Responsabilidad Social Empresarial .....	33
Figura 2. Distribución de encuestados según su percepción de la competitividad empresarial .....	34
Figura 3. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión social de la RSE .....	35
Figura 4. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión económica de la RSE .....	36
Figura 5. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión medioambiental de la RSE .....	37
Figura 6. Distribución de encuestados según el Planeamiento estratégico.....	38
Figura 7. Distribución de encuestados según la Comercialización.....	39
Figura 8. Distribución de encuestados según el Recurso Humano .....	40
Figura 9. Distribución de encuestados según los Sistemas de Información .....	41

## RESUMEN

La presente investigación consideró como objetivo determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021, apoyándose en una clasificación metodológica de enfoque cuantitativo, alcance correlacional, diseño no experimental y corte transversal. Asimismo, se consideró un muestreo de tipo probabilístico aleatorio simple, dando como resultado mediante una fórmula un total de 73 colaboradores de la entidad financiera analizada. Se aplicó un cuestionario compuesto por 34 ítems, los cuales estuvieron expresados bajo una escala ordinal (Likert). La etapa de resultados estuvo compuesta por 4 fases, las cuales fueron el análisis de confiabilidad, análisis descriptivo, prueba de normalidad y análisis inferencial. De tal forma, fue posible seleccionar a la prueba no paramétrica Rho de Spearman, posibilitando aceptar la hipótesis general formulada, así como también las específicas. En relación a la hipótesis general, se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000 y un coeficiente de correlación Rho igual a 0.775, traduciéndose en una correlación positiva fuerte.

*Palabras claves: responsabilidad social empresarial, competitividad empresarial.*

## CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad problemática

La responsabilidad social empresarial, ya sea abordada desde un enfoque de gestión o plataforma corporativa, en los últimos años ha sido objeto de análisis y preocupación por los gobiernos y las organizaciones, siendo un fenómeno de estudio posicionado dentro del ámbito académico, como del mundo empresarial (la Fuente, 2011).

De acuerdo con Martínez (2010), la responsabilidad social empresarial refiere al compromiso que posee una organización de contribuir con el desarrollo, bienestar y mejora de la calidad de vida de la fuerza laboral, sus familias y de la comunidad en general.

Sosa, Turriago & Zambrano (2017), sostienen que el avance en América Latina respecto a la RSE sigue siendo de carácter filantrópico, debido a que muchas organizaciones realizan estos programas con el fin de ganar el corazón de la opinión pública, en lugar de interiorizar estas prácticas como parte de su cultura.

De acuerdo con Raufflet (2012), la RSE, dentro del contexto latinoamericano, le otorga un mayor énfasis en las prácticas relacionadas de manera directa con los empleados, el cuidado del medioambiente y el impacto en la comunidad en donde resida la organización; sin embargo, de manera paralela es común observar casos en donde no se respeten los derechos laborales mínimos. Es importante señalar que en dicho contexto las organizaciones catalogadas como mypes que cumplen con este tipo de disposiciones tienden a ser asociadas con el ejercicio de la RSE; sin embargo, el solo cumplimiento de dichas obligaciones legales no puede aducirse como despliegue de la RSE en su totalidad, ya que este fenómeno va más allá.

Con el pasar de los años, el Perú ha tenido un desarrollo significativo respecto al fenómeno RSE, siendo enmarcado en la Agenda 2030, la cual busca alinearse a políticas sustentables, en donde se cumpla 17 objetivos de desarrollo sostenible. Dicho ello, es observable que, si bien es cierto existe un nivel de conciencia dentro de las organizaciones nacionales respecto a la RSE, aún falta enfocar este concepto como parte de proyectos concretos que causen un impacto en los grupos de interés de cada empresa. Como prueba de ello, acorde con los resultados de un informe realizado por Global Research Marketing, el cual consistió en presentar las percepciones de gerentes de grandes y medianas empresas, se indicó que existe un 34% de organizaciones que les dedica menos del 1% del presupuesto a acciones y prácticas relacionadas con la RSE. Es importante señalar que la RSE en el Perú es un fenómeno en constante evolución, en donde aún está presente la falta de implementación de diversos ejes y aristas de tal forma que puedan abarcarse empresas de diferentes niveles (Barbachan, 2017).

De acuerdo con Cerna (2019), el Perú ha avanzado de manera reveladora en temas de RSE, ocupando el sexto lugar en Latinoamérica como país en donde se publican informes de dicho objeto de estudio.

Por otro lado, de acuerdo con un estudio realizado por la universidad ESAN, el 100% de empresas conocen acerca de la RSE; sin embargo, solo el 15% de estas reconoce que es necesaria su implementación para su propio beneficio. A su vez, se sostuvo que, para los próximos 5 años, muchas de estas organizaciones no sobrevivirán, estimándose que un 20% desaparecerá (Diario Gestión, 2019).

De acuerdo con Vives & Peinado (2013), la RSE es inevitable para lograr mayores índices de competitividad. Es notoria la existencia de problemas sociales, económicos y

medioambientales que existen en la actualidad, por lo que resulta necesario el involucramiento de las organizaciones para que puedan adoptar medidas responsables para aminorar amenazas futuras. Es pertinente el convencimiento de parte de las organizaciones de que incurrir en prácticas responsables no solo representa un gasto accesorio, por lo que, si resultan correctamente implementadas, podría traducirse en instrumento de competitividad para la mejora de resultados y aumento de valor para la organización. De otro modo, las organizaciones estarán limitadas en financiar prácticas filantrópicas solo cuando se dispongan de recursos y las dejarán de lado en tiempos no tan buenos en donde dichos recursos sean escasos. Es importante señalar que, para que la RSE resulte sostenible en el tiempo, debe ser considerada dentro de la estrategia empresarial de manera integral, no poniéndose en práctica solo con motivos de imagen o ser moralmente correcto, sino por el hecho de generar un impacto positivo para la misma organización como mecanismo e instrumento en favor del nivel competitivo.

Ahora bien, el presente estudio se centra en una entidad financiera ubicada en el distrito de Ventanilla, en donde se ha observado que las prácticas responsables no son tan recurrentes dentro de la organización, así como también, dichos conceptos de RSE no han sido interiorizados por el común de colaboradores de la empresa. Es así que, con todo lo anteriormente expuesto, la investigación plantea determinar de qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la Competitividad en dicha entidad financiera ubicada en el distrito de Ventanilla.

## **1.2 Bases Teóricas**

### **Responsabilidad Social Empresarial**

De acuerdo con León (2011), el enfoque RSE logra ser entendido como la causa de una gestión empresarial de procesos suscitada a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI,

así como también como el cambio de visión organizativa condicionado por las crecientes expectativas sociales respecto al nivel de legitimidad de la actividad empresarial, siendo parte de las tensiones de carácter social por la necesidad de confrontar los nuevos retos y desafíos de la gobernabilidad mundial. A su vez, el autor señala que la gestión empresarial actúa como agente corrector de condiciones del contexto, como previsor de desequilibrios sociales, económicos y ambientales o como el causante de los mismos.

Por otro lado, Alvarado, Bigne & Currás (2011), en su estudio enfocado en analizar las perspectivas teóricas utilizadas para el entendimiento de la RSE, pudo extraer como principal conclusión que existe una estrecha relación entre la racionalidad subyacente frente a las teorías empleadas para el análisis de la RSE, es decir, a medida de que se estudie el fenómeno RSE a partir de teorías con racionalidades de carácter jurídico o económico, existe mayor probabilidad de que se conciba la organización como una entidad maximizadora de utilidades; mientras que cuando se enfoque este análisis desde una perspectiva social o ética, se concibe una empresa más abierta al servicio de la comunidad. Asimismo, Alvarado et al. (2011) mencionan que su estudio permitió extraer 13 teorías que han sido empleadas dentro de la literatura académica para analizar el fenómeno RSE, clasificándose en teorías tradicionales o clásicas (Teoría de agencia o de firma), teorías en pleno desarrollo (teoría de los *stakeholders*) y emergentes (Teoría de la ciudadanía corporativa o del bien común).

### ***Modelo de Carroll***

Al profundizar en lo propuesto por Carroll, la RSE puede conceptualizarse como el fenómeno que abarca las expectativas de índole económico, legal, ético y discrecional que tiene la sociedad frente a las organizaciones. Como se menciona anteriormente, de acuerdo con lo expuesto por Carroll, la RSE comprende 4 dimensiones que la sociedad espera que asuman las

organizaciones, las cuales no son mutuamente excluyentes. En primer lugar, la responsabilidad económica refiere a proveer bienes y servicios para cubrir necesidades y percibir un margen de ganancia. La responsabilidad legal, refiere a obedecer las leyes y regulaciones correspondientes al contexto en donde se desarrollen las actividades; en tercer lugar, la responsabilidad ética refiere a las expectativas que la sociedad percibe de las empresas, más allá de las regulaciones legales y finalmente, la responsabilidad discrecional o también conocida como filantrópica, la cual es voluntaria, no solicitada por ley ni refiere al sentido ético de una organización.

### ***Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial***

Imbrechts & González (2016) exponen que, si bien es cierto las políticas y acciones relacionadas con la RSE son de carácter voluntario en el ordenamiento jurídico de la mayoría de países latinoamericanos, el cumplimiento de dichos términos de RSE supone consecuencias beneficiosas para las organizaciones al divulgar valores como la cooperación y solidaridad. A su vez, se hace referencia a los principales beneficios al implementar políticas de RSE son los siguientes:

- Reducción de conflictos.
- Valoración de imagen institucional y marca.
- Incremento de la lealtad del consumidor.
- Mejora en la capacidad de selección y mantención del capital humano.
- Flexibilidad y adaptación al cambio.
- Sustentabilidad en el largo plazo.
- Acceso a nuevos mercados y capitales.

### ***Responsabilidad como elemento estratégico***

De acuerdo con Espitia (2015), menciona que la responsabilidad social empresarial es considerada como elemento estratégico. La planeación estratégica es entendida como el norte de la organización, en donde se fundamenta el proceso de toma de decisiones, evidenciando la coherencia en todas las actividades involucradas; por lo que es necesario que se aborde como un proceso dinámico y flexible respecto al constante cambio que supone el mercado. Dicho ello, la RSE es entendida como un compromiso como parte de la estrategia de negocio, donde el sector empresarial no puede dejar de lado la necesidad de adoptar dichas medidas en pro de la obtención de beneficios internos y externos dentro de un mundo globalizado.

### **Competitividad**

De acuerdo con Saavedra & Milla (2012), el concepto competitividad no posee una definición específica, haciendo referencia a una falta de consenso entre autores para definir este fenómeno a causa de la amplitud de su significado, el cual puede abarcarse desde un nivel transnacional, nacional, sectorial o empresarial; así como, por su naturaleza cuantitativa y cualitativa de los componentes se hace más complejo el análisis y medición.

De acuerdo con Nájera (2014), la competitividad puede ser entendida como la capacidad que poseen ciertas organizaciones para la captación de nuevos mercados y para el incremento sostenido de ventas y rentabilidad. Es así que, la competitividad puede ser abordada desde 3 perspectivas, las cuales son Empresa, Industria y País. Las dos primeras mencionadas se reconocen a partir del crecimiento de cada organización o por el número de estas, así como también su tamaño, cantidad de empleados, ventas, producción, rentabilidad y productos.

En cuanto al proceso de competitividad empresarial, es posible señalar que al igual que la competitividad general, presenta un sin número de definiciones y conceptos, por lo que no

es fácil encontrar una en la que todos concuerden. No obstante, gracias a la revisión de distintos acercamientos, permitió determinar que los elementos comunes refieren a la participación del mercado, la productividad, la innovación, la calidad de los productos ofrecidos y los bajos costos.

### ***Indicadores de competitividad***

A su vez, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (1992), los indicadores de la competitividad empresarial están basadas en siguientes puntos:

- a) La administración exitosa de flujos productivos y de inventarios respecto a la materia prima y otros componentes.
- b) La integración eficiente de planificación de mercado, actividades investigativas y de desarrollo, diseño, ingeniería, entre otros; siendo el proceso de innovación uno de los pilares importantes para sustentar el nivel competitivo, las patentes y otras maneras de protección industrial e intelectual, los cuales cumplen un rol decisivo para el crecimiento.
- c) La capacidad de acoplar variaciones en la demanda y evolución de mercados, así como también la generación de ambientes adecuados para los negocios como factor importante para el crecimiento, prosperidad y competitividad económica.
- d) Fomento de programas productivos a través de esquemas que ayudan con una mayor integración entre organizaciones.

### ***Dimensiones de la Competitividad Empresarial***

De acuerdo con Ibarra, Gonzáles & Demuner (2017), la responsabilidad social empresarial está comprendida por diversos componentes, los cuales son abordados a partir del tipo de

organización que se analiza. Es así que, entre los componentes o dimensiones destacan los siguientes puntos para su posible medición:

### ***Planeación estratégica***

Refiere a establecer metas y objetivos en un periodo de tiempo, así como también políticas para su seguimiento y cumplimiento; y estudios del entorno acerca de posibles amenazas o planes de contingencia.

### ***Recursos humanos***

Dentro de la competitividad de una organización, resulta relevante considerar al recurso humano, por lo que es esencial contar con procesos rigurosos de reclutamiento, selección, capacitación, compensaciones, higiene industria, entre otros.

### ***Comercialización***

Refiere al análisis de las políticas de ventas, mecanismos de distribución, medios de pago, relación con stakeholders, establecimiento de mercado meta, estudios de mercado, satisfacción del cliente, entre otros puntos.

### ***Sistemas de información***

Existe vasta evidencia de la relevancia de la tecnología dentro de las organizaciones como mecanismo de competitividad empresarial a través del uso de sistemas que faciliten el desarrollo de actividades.

### ***Factores de Competitividad:***

Jerusalmi y Camacho (2009) establecen un modelo que refleja el concepto de competitividad, compuesto por el performance, los recursos y el potencial.

Como primer factor, el performance se basa en el desempeño pasado y presente de la organización, por lo que es importante definir la relación de este componente con los escenarios

futuros, indicando de tal forma que la importancia de este factor se relaciona directamente con la capacidad de recursos de la organización.

Por otro lado, los recursos refieren a la posesión de la organización respecto a los activos, capacidades, atributos, información, procesos organizacionales, entre otros puntos.

Finalmente, el potencial consiste en la habilidad de una organización para la generación y desarrollo de recursos que permitan la creación de ventajas competitivas.

Con todo lo anterior mencionado, la competitividad empresarial guarda una estrecha afinidad con los niveles de recursos, potencial y performance, por lo que es de esperarse que las organizaciones que mejor desarrollen estos puntos, ofrecerán productos de mayor valor en el mercado, a un menor costo y recogiendo resultados por encima de la media que maneja la industria, siendo sostenibles en el tiempo.

### **1.3 Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales:**

De acuerdo con la investigación de naturaleza empírica realizada por Hernández & Sánchez (2016) titulada: “Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)”, se evidenció una influencia de la RSE frente a los resultados empresariales (RE), calificándolo como directamente observable, sin la necesidad de considerar variables mediadoras o moderadoras. Es importante señalar que se abordaron las 3 aristas que están comprendidas dentro del fenómeno RSE (social, económica, medioambiental), las cuales influyen en gran medida en los RE. Dentro de este análisis, se evidenció que la dimensión económica es la que tiene un mayor grado de relevancia para el sector microempresarial, lo que se traduce en una mayor preocupación de estas empresas en alcanzar beneficios económicos. Dicho resultado

puede ser explicado a partir de entender de las crisis que afectan a dicho sector de la economía, soslayando el aspecto social y medioambiental.

Hernández & Mendoza (2016) en su investigación titulada “Responsabilidad Social Empresarial para Mipymes: un Escenario de Cumplimiento Metodológico para el Desarrollo Sostenible” tuvo como objetivo dilucidar el uso de la gestión socialmente responsable bajo la metodología de mejores prácticas en una muestra de 30 Mipymes en Bucaramanga (Colombia). Los autores utilizaron como instrumento un formato llamado “Rejilla de medición de cumplimiento de prácticas: social, económica y ambiental”. Como principal resultado de la investigación, se evidenció que el 45% de las mipymes estudiadas ejercen un mayor nivel de liderazgo en el cumplimiento de objetivos socialmente responsables; sin embargo, es pertinente un mayor acople entre las mismas para así trabajar en pro de la satisfacción de los *stakeholders*.

Cox Moura-Leite (2011) realizó una investigación titulada “Responsabilidad Social Empresarial De Las Pymes: El Caso Del Distrito V De Huelva -España”, y enfocada en describir y analizar el conocimiento y las acciones de RSE en PYMES ubicadas en el Distrito V de Huelva, España; para ello, se consideró como técnica para la recolección de datos a la encuesta, aplicada a 82 empresas de dicho contexto. Los resultados de esta investigación posibilitaron la comprobación de que existe una enorme diferencia entre el argumento de la RSE en el sector microempresarial y el de las grandes empresas. A su vez, el autor pudo sostener que las pymes tienen un importante rol social, y que las prácticas de RSE de dichas organizaciones, de manera constante, los valores personales de quien ostenta su propiedad.

De acuerdo con el estudio de Palomino & López (2011) titulado “Acercamiento a la Responsabilidad Social Empresarial de las microempresas de Ecoturismo Indígena en México”, se orientó a establecer vínculos entre la RSE y las características de las

microempresas de dicho sector, identificando aspectos relevantes en las dimensiones social, económica y ambiental; para lo cual se aplicó una encuesta no aleatoria para un acercamiento exploratorio a 40 administradores de estas organizaciones acerca de sus conocimientos en RSE. Los resultados reflejaron que las prácticas de RSE responden a una importancia, en orden jerárquico, económica, social y ecológica; lo que resultó paradójico, ya que el aspecto ambiental quedó relegado a pesar de ser la principal base o lineamiento de dichos emprendimientos.

Moreno & Graterol (2010) en su estudio titulado “Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme Un estudio en el sector metalmecánico de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela”, tuvo como población a 15 empresas de dicho sector, considerando a 7 de ellas a través de un muestreo sesgado, a las cuales se le aplicó un cuestionario y una entrevista a profundidad. Como principales resultados de dicho estudio la existencia de capacidades y recursos de estas organizaciones, siendo desperdiciadas a causa no un manejo estratégico en pro del fortalecimiento de sus ventajas competitivas. Asimismo, a partir de la percepción de los elementos de la muestra, se evidenció que, las prácticas más comunes relacionadas a la RSE consisten en la protección del medioambiente, haciendo hincapié en acciones como el uso adecuado de recursos como el agua, energía y residuos; dejando de lado el aspecto social y económico, por lo tanto, los autores señalaron que las pymes de dicho sector presentan un nivel pobre de apropiación de las prácticas de RSE.

#### **Antecedentes Nacionales:**

Hernández & Manrique (2017) realizaron una investigación titulada “La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Influencia En El Éxito Competitivo De Las Empresas Agroexportadoras De Uva Fresca”, que tuvo como objetivo analizar la influencia de

la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Para ello, se apoyaron en metodología de enfoque mixto, ya que utilizaron técnicas cualitativas y cuantitativas para la recolección de datos; asimismo, optaron por un alcance descriptivo y diseño transversal o transaccional. La muestra estuvo compuesta por 18 empresas agroexportadoras, cifra que fue generada a través de un muestreo aleatorio simple. A partir del coeficiente de correlación de Pearson, los autores pudieron concluir que existe una relación significativa entre ambas variables de estudio, indicando que la RSE puede ser considerada como un motor de desarrollo y competitividad empresarial apuntando a un crecimiento sostenible.

Cárdenas (2014) realizó un estudio titulado: “La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores en el distrito de Trujillo”, para lo cual estableció como objetivo determinar y valorar si las acciones de RSE de las empresas trujillanas influyen respecto al comportamiento de compra de los consumidores. Respecto a la metodología empleada en dicho estudio, el autor consideró un enfoque descriptivo y corte transversal; teniendo como muestra a 383 habitantes de dicho distrito a partir de un muestreo para muestras finitas. A su vez, como técnicas para la recolección de datos se consideró a la encuesta, el análisis documental y la información estadística. El autor pudo concluir que existe una relación entre la RSE y la decisión de compra en el contexto estudiado; sin embargo, esta relación no es tan estrecha, ya que los consumidores priorizan otros atributos que podrían poseer las organizaciones como la calidad y el servicio. Es importante señalar que más del 50% de encuestados tenían un conocimiento acerca de las prácticas de RSE, relacionándolas principalmente con el aspecto medioambiental.

Aponte, Ávila, Azcoytia & Rodríguez (2018) realizaron una investigación de carácter descriptivo y enfoque cualitativo, titulada “Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Financiero en el Perú”, utilizando una metodología enfocada en los análisis de casos y entrevistas a profundidad en 3 entidades financieras. Dicho estudio tuvo como objetivo identificar las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector financiero peruano, para lo cual se desarrolló una extensa revisión de la literatura para definir las distintas aristas que componen el fenómeno RSE como el involucramiento de los *stakeholders*, la estrategia empresarial, entre otros puntos. Los investigadores pudieron concluir que, en el sector bancario, las prácticas de RSE tienen un impacto positivo frente a la percepción de los clientes y el mercado; sin embargo, se señala que no existe información precisa y objetiva acerca del efecto en la rentabilidad.

Escobar (2015), en su estudio titulado “La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad”, establece analizar e identificar la relación entre el fenómeno RSE con la rentabilidad y la competitividad, específicamente en la empresa pesquera TASA, apoyándose en una metodología de enfoque cualitativo y alcance descriptivo, a través de un estudio de caso, como instrumento para la recolección de datos. El autor pudo concluir que la RSE analiza valores tangibles e intangibles; no obstante, para lograr cuantificar la rentabilidad de proyectos sociales o ambientales, es necesaria la obtención de beneficios reales que otorguen valor a la organización, por lo que una adecuada gestión de RSE, a través de una planificación y evaluación, permite obtener beneficios económicos en el largo plazo.

Cerna (2017), realizó una investigación titulada “La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional en una empresa de cementos”, enfocada en determinar la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la imagen institucional en una empresa

de cementos. Para ello se apoyó en una metodología de enfoque cuantitativo, alcance correlacional y diseño no experimental transversal. A su vez, la población estuvo compuesta por 520 trabajadores entre obreros, ejecutivos y empleados, en donde a través de un muestreo aleatoria simple para muestras finitas se definió una muestra de 117 individuos. A través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se obtuvo un valor de significancia menor al error esperado, por lo que se pudo aceptar la hipótesis general planteada inicialmente, evidenciando una estrecha y significativa relación entre la RSE y la imagen institucional, contando con un coeficiente de correlación elevado.

#### **1.4 Formulación del problema**

¿De qué manera se relaciona la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?

##### **1.4.1 Formulación de problemas específicos**

¿De qué manera se relaciona el aspecto Ambiental de la RSE con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?

¿De qué manera se relaciona el aspecto Económico de la RSE con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?

¿De qué manera se relaciona el aspecto Social de la RSE con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?

#### **1.5 Objetivos**

##### **1.5.1 Objetivo general**

Establecer la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

## 1.5.2 Objetivos específicos

Establecer la relación entre el aspecto Ambiental de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Establecer la relación entre el aspecto Económico de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Establecer la relación entre el aspecto Social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

## 1.6 Hipótesis

### 1.6.1 Hipótesis general

Hi: La Responsabilidad Social Empresarial tiene relación con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial no tiene relación con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

### 1.6.2 Hipótesis específicas

**H1:** El aspecto ambiental de la RSE se relaciona con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

**H2:** El aspecto económico de la RSE se relaciona con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

**H3:** El aspecto social de la RSE se relaciona con la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Tabla 1. *Operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	La RSE es la incorporación consciente, clara y sostenida, en la gestión estratégica de una organización, de los impactos sociales de su actividad o negocio en el entorno, y de la necesidad de sopesar los valores sociales, subjetivos y cualitativos, como complementos de los criterios tradicionales de medición y evaluación de su rentabilidad y gestión financiera, en su vinculación e interacción con el medio o entorno (Guerra, 2007).	DIMENSIÓN SOCIAL	CALIDAD DE VIDA	1
			DESARROLLO PROFESIONAL	2
			FLEXIBILIDAD LABORAL	3
			PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS	4
			INCLUSIÓN SOCIAL	5
			IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	6
		DIMENSIÓN ECONÓMICA	CALIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	7
			INFORMACIÓN COMPLETA	8
			RELACIONES CON CLIENTES	9
			ATENCIÓN DE QUEJAS	10
			PRECIOS COMPETITIVOS	11
			IMPACTO AMBIENTAL	12
			GESTIÓN DE RECURSOS	13
			ACTIVIDADES DE PROTECCIÓN NATURAL	14
			GESTIÓN DE RESIDUOS Y EMISIONES	15
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Solleiro y Castañón (2005) señalan que la competitividad es la capacidad de una organización para mantener o incrementar su participación en el mercado basada en nuevas estrategias empresariales, en un sostenido crecimiento de la productividad, en la capacidad interempresarial para participar en negociaciones con diferentes instituciones y otras compañías dentro de su ambiente, en un ambiente competitivo determinado por el sector y el mercado de los consumidores y en políticas introducidas por los gobiernos nacionales y alianzas económicas regionales.	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS Y METAS	16
			ANÁLISIS DEL ENTORNO	17
			POLÍTICAS	18
		COMERCIALIZACIÓN	PLAN DE CONTINGENCIA	19
			POLÍTICA DE VENTAS	20
			RELACIONES CON LOS CLIENTES	21
			INVESTIGACION DE MERCADOS	22
			PROCESOS DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO	23
		RECURSO HUMANO	CAPACITACIÓN	24
			CLIMA LABORAL	25
			CULTURA ORGANIZACIONAL	26
			COMPENSACIONES	27
SALUD E HIGIENE	28			
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN	29			
SISTEMATIZACIÓN	30			
SISTEMAS DE INFORMACIÓN	TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN	31		
	SISTEMATIZACIÓN	32		
	SISTEMATIZACIÓN	33		



## CAPITULO II. METODOLOGÍA

### 1.7 Tipo de investigación

De acuerdo con lo establecido por Carrasco (2005) en su libro “Metodología de la Investigación Científica”, sostiene que las investigaciones de tipo básico tienen como finalidad ahondar acerca de la información y teorías ya existentes; debido a ello el presente estudio es catalogado como básico, ya que pretende ahondar en la información y profundizar dentro del contexto estudiado.

Asimismo, de acuerdo con el enfoque de la investigación, la investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que se apoyará en procesos y etapas basadas en un análisis estadístico.

Respecto al alcance o profundidad del estudio, el estudio es de tipo correlacional, ya que busca identificar o establecer una relación entre las dos variables analizadas. Es preciso mencionar que, de acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014), este tipo de estudios solo se centran en determinar una relación, mas no en explicar la causalidad de una variable sobre otra.

Finalmente, el estudio maneja un diseño de tipo no experimental transversal, ya que el estudio no se enfocará en alterar o manipular de manera deliberada las variables de estudio, sino estudiarlas en su contexto natural y en único momento.

### 1.8 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Según Hernández et. Al. (2014) la población es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

La población está comprendida por los colaboradores de todas las entidades financieras de la empresa analizada ubicadas en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021, siendo en total 90 colaboradores.

Así mismo, el tipo de muestreo es de tipo probabilístico, a través de un muestreo aleatorio simple dirigido a poblaciones finitas, utilizado para reducir el tamaño de la población aun presentando significancia. Para realizar este trabajo de investigación se utilizó la siguiente fórmula:

$$m = \frac{nz^2 * p * q}{d^2(n - 1) + z^2 * p * q}$$

En donde:

n: 90 clientes

Z<sup>2</sup>= Valor de Z crítico, considerado también nivel de confianza. (95%)

p=proporción relativa referente a la población en estudio.

q=1-p

d=precisión de la investigación al 5%.

Reemplazando tenemos: Z<sup>2</sup>= 1.96 p=0.5 q=0.5 d= 0.05

Obteniendo como resultado: 73 colaboradores.

## 1.9 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

De acuerdo con el enfoque de la investigación (cuantitativo), existen técnicas predeterminadas que se ajustan a este tipo de estudio; para ello se seleccionó a la encuesta para la extracción de datos, la cual Carrasco (2005) define como la técnica de investigación de carácter social por excelencia, a causa de su versatilidad, sencillez y objetividad para la recolección de información.

A su vez, el instrumento seleccionado para la extracción de datos es el cuestionario, catalogado como *“un instrumento social más usado cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ellas”* (Carrasco, 2005, p.318).

Es importante indicar que el cuestionario será formulado mediante una Escala de Likert, contando con preguntas basadas en las dimensiones e indicadores de cada variable de estudio.

**Ficha técnica Instrumento:**

**Nombre del Instrumento:** Cuestionario de Responsabilidad social empresarial y Competitividad

**Aplicación:** Colaboradores de una entidad financiera de Ventanilla.

**Ítems:** 34 preguntas.

**Descripción:**

Está estructurada en base a los indicadores de las dimensiones de cada variable de estudio establecidas en la matriz de operacionalización de variables, los cuales serán analizados a través de indicadores bajo una escala Likert. El diseño del instrumento consideró como base al aplicado en la investigación de Hernández & Manrique (2017) para la variable Responsabilidad Social Empresarial, titulada *“La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca”*. A su vez, se consideró la operacionalización realizada por Ibarra et Al. (2017) para la construcción del instrumento de la variable Competitividad empresarial

## 1.10 Procedimiento

Primero se aplicó el instrumento a la muestra determinada para luego ser tabulada en una hoja Excel con el fin de estructurar una data que permita el análisis estadístico tanto de confiabilidad, descriptivo e inferencial; mediante el formulario de Google Forms.

En primera instancia se realizó una prueba respecto al juicio de expertos, con la finalidad de demostrar la validez del instrumento diseñado. Carrasco (2005) sostiene respecto a la validez que: *“Este atributo de los instrumentos de investigación consiste en que estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir de la variable o variables en estudio”* (p.334).

El análisis de confiabilidad fue determinado mediante el alfa de Cronbach el cual obtuvo una cifra de 0.981, refiriéndose a un nivel muy alto.

Seguido a lo anterior, se realizó un análisis descriptivo en donde se muestran las tablas y figuras de las frecuencias y porcentajes de cada ítem del instrumento.

Finalmente se aplicó estadística inferencial para la correlación de hipótesis, a través del Rho de Spearman el cual es una prueba no paramétrica utilizada para variables con escala ordinal.

Al respecto, Baptista et al. (2010) refiere que *“esta estadística sirve para probar hipótesis y estimar parámetros a través de pruebas paramétricas y no paramétricas las cuales permitirán conocer si se acepta o no la hipótesis del investigador”* (p. 299).

### **1.11 Aspectos éticos**

En primer lugar, la presente investigación fue redactada bajo los lineamientos APA, respetando así, la autoría y autenticidad de los recursos académicos que alimentan la investigación.

Asimismo, el estudio ofrece resultados fidedignos obtenidos a través del cuestionario aplicado a los empresarios del sector analizado. Es importante señalar que se respetó la anonimidad de los participantes del instrumento de recolección de datos.

### CAPITULO III. RESULTADOS

#### Confiabilidad según Alfa de Cronbach

Tabla 2. *Confiabilidad según Alfa de Cronbach*

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	73	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	34

#### Interpretación

De acuerdo con la prueba de confiabilidad a partir del coeficiente Alfa de Cronbach, se evidenció que el instrumento diseñado es confiable, avalado por un valor de 0.982, lo que hace referencia a una confiabilidad muy elevada.

## Análisis descriptivo

Tabla 3. Distribución de encuestados según su percepción de la Responsabilidad Social Empresarial

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	6,8	6,8	6,8
	REGULAR	15	20,5	20,5	27,4
	ALTO	53	72,6	72,6	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

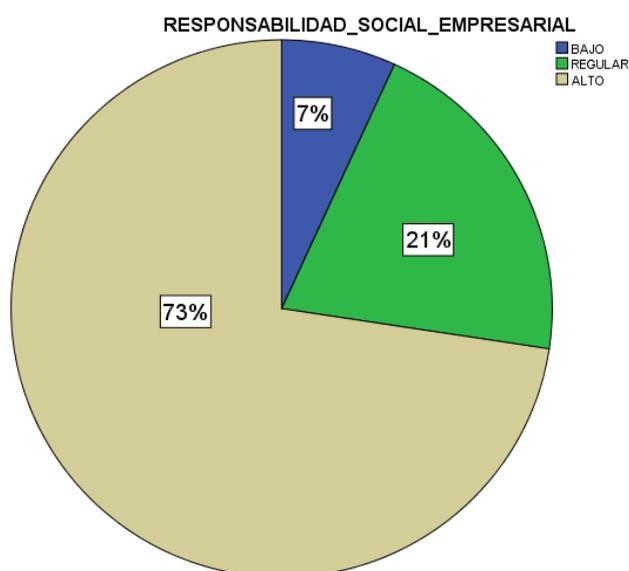


Figura 1. Distribución de encuestados según su percepción de la Responsabilidad Social Empresarial

## Interpretación

En primer lugar, en relación a los resultados que se visualizan de la tabla 3 y figura 1, de la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el 73% de colaboradores encuestados, siendo 53 en total, señalaron que se encuentra en un nivel muy alto, evaluando la dimensión social, económica y medioambiental que compone a la RSE. Asimismo, el 21% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras que el 7% mencionó que se encuentra en un nivel malo. Es así que, los resultados describen un escenario positivo en la entidad financiera respecto a las prácticas de RSE en el plano social, económico y medioambiental.

Tabla 4. Distribución de encuestados según su percepción de la competitividad empresarial

COMPETITIVIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULA R	23	31,5	31,5	31,5
	ALTO	50	68,5	68,5	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

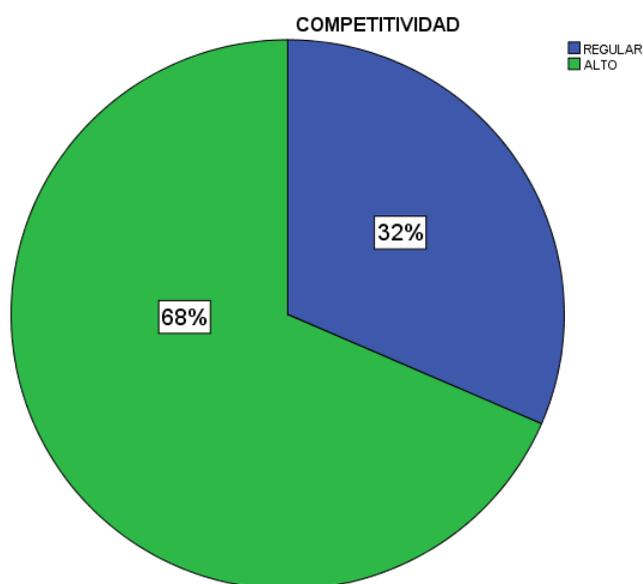


Figura 2. Distribución de encuestados según su percepción de la competitividad empresarial

### Interpretación

Respecto a los resultados de la variable dependiente que se visualizan en la tabla 4 y figura 2, la cual refiere a la Competitividad Empresarial, el 68% de colaboradores encuestados, siendo 50 en total, señalaron que se encuentra en un nivel muy alto, evaluando componentes como el planeamiento estratégico, comercialización, recurso humano y sistemas de información. A su vez, el 32% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras ningún colaborador mencionó que se encuentra en un nivel malo. Es así que, si bien es cierto dicha variable presenta un resultado relativamente positivo, a partir de la percepción de los colaboradores existen puntos a atender en materia de competitividad.

Tabla 5. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión social de la RSE

		DIMENSIÓN_SOCIAL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	6,8	6,8	6,8
	REGULAR	29	39,7	39,7	46,6
	ALTO	39	53,4	53,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

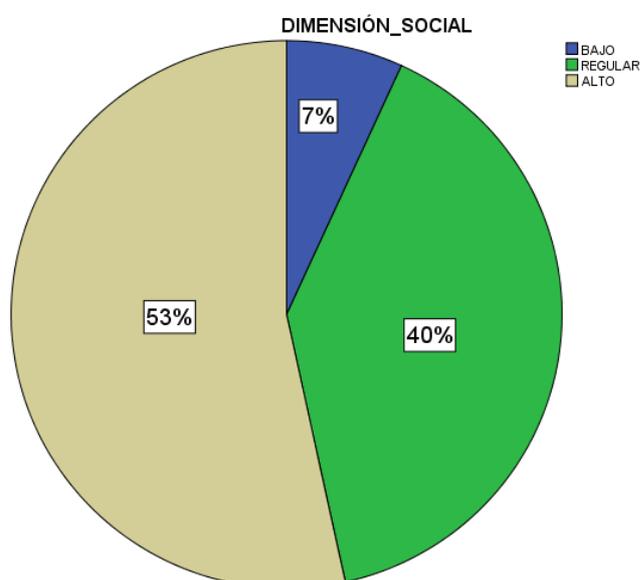


Figura 3. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión social de la RSE

### Interpretación

En relación a los resultados de la tabla 5 y figura 3, la cual refiere a la primera dimensión de la RSE, el 53% de colaboradores encuestados indicó que la dimensión social se encuentra en un nivel alto u óptimo, al ser consultados por factores como la calidad de vida, desarrollo profesional, flexibilidad laboral, participación de empleados, inclusión social e igualdad de oportunidades. Además, el 40% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras solo el 7% de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo. Es importante señalar que, el ámbito social es la dimensión que presenta resultados menos positivos de la investigación.

Tabla 6. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión económica de la RSE

DIMENSIÓN_ECONÓMICA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	6,8	6,8	6,8
	REGULAR	13	17,8	17,8	24,7
	ALTO	55	75,3	75,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

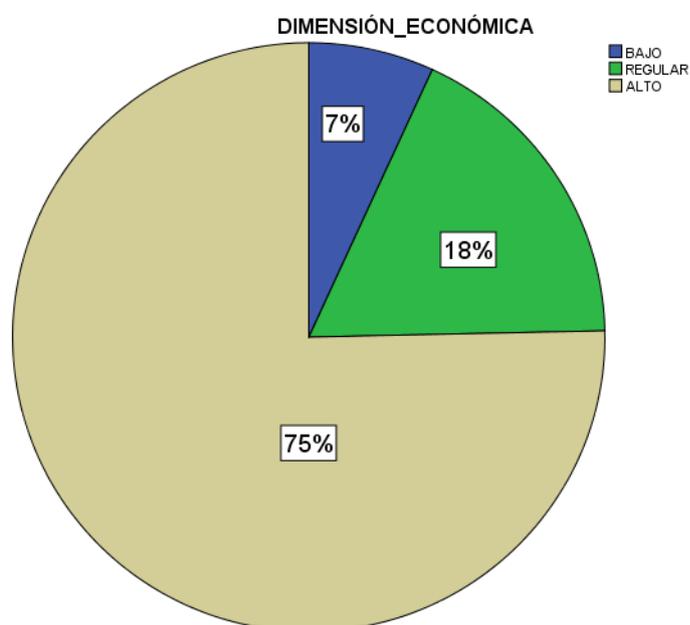


Figura 4. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión económica de la RSE

### Interpretación

Según los resultados de la tabla 6 y figura 4, la cual refiere a la segunda dimensión de la RSE, el 75% de colaboradores encuestados indicó que la dimensión económica se encuentra en un nivel alto u óptimo. Además, el 18% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras solo el 7% de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo, siendo la dimensión de mejor calificación, al ser consultados por factores como la calidad de productos y servicios ofertados, información completa, relaciones con clientes, atención a quejas y precios competitivos.

Tabla 7. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión medioambiental de la RSE

DIMENSIÓN_MEDIOAMBIENTAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	10	13,7	13,7	13,7
	REGULA R	11	15,1	15,1	28,8
	ALTO	52	71,2	71,2	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

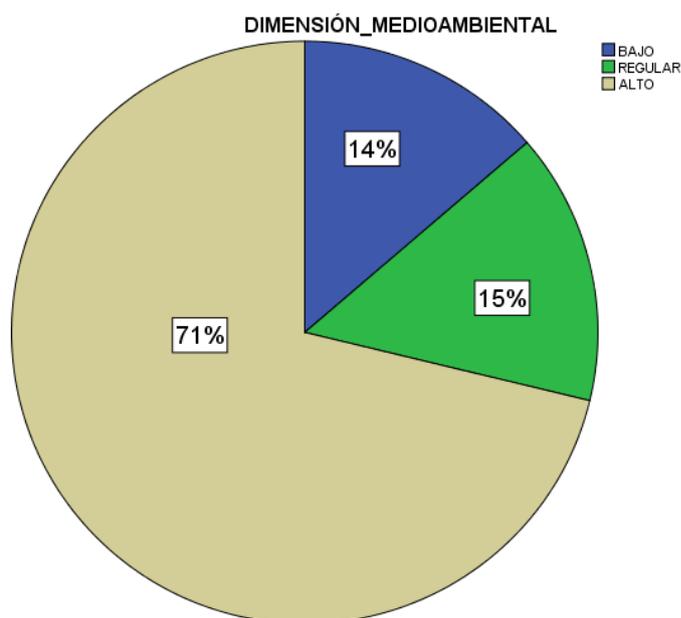


Figura 5. Distribución de encuestados según su percepción de la dimensión medioambiental de la RSE

### Interpretación

A partir de los resultados de la tabla 7 y figura 5, la cual refiere a la tercera dimensión de la RSE, el 75% de colaboradores encuestados indicó que la dimensión medioambiental se encuentra en un nivel alto u óptimo. Además, el 15% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras solo el 14% de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo; siendo la segunda dimensión con mejor calificación, al ser consultados por factores como el impacto ambiental a causa de las operaciones de la empresa, gestión de recursos, actividades de protección ambiental y gestión de residuos y emisiones.

Tabla 8. Distribución de encuestados según el Planeamiento estratégico

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	21	28,8	28,8	28,8
	EFICIENTE	52	71,2	71,2	100,0
	E				
	Total	73	100,0	100,0	

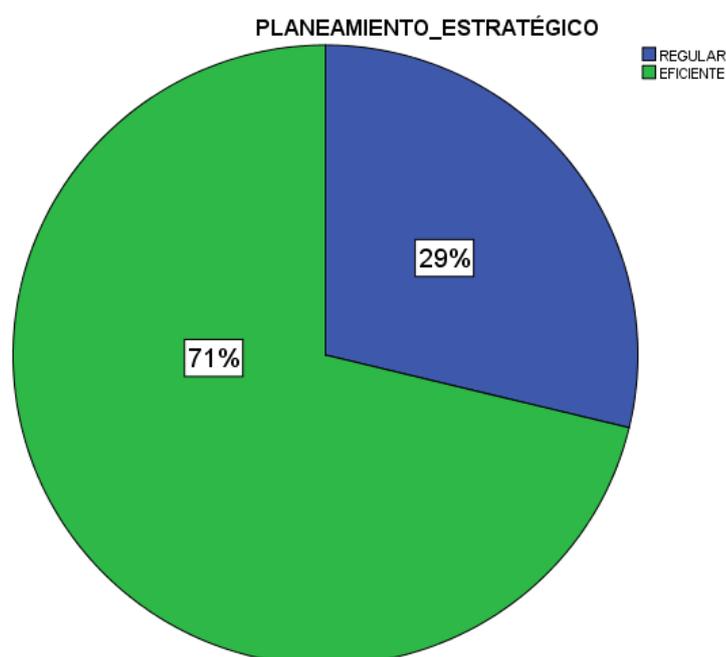


Figura 6. Distribución de encuestados según el Planeamiento estratégico

### Interpretación

A partir de los resultados obtenidos de la primera dimensión de la variable independiente, de acuerdo con la tabla 8 y figura 6, el 71% de colaboradores encuestados indicó que la planeación estratégica se encuentra en un nivel eficiente u óptimo. Adicionalmente, el 29% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras ninguno de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo; al abordar elementos como los objetivos y metas, análisis del retorno, políticas y planes de contingencia.

Tabla 9. Distribución de encuestados según la Comercialización

COMERCIALIZACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	20	27,4	27,4	27,4
	ALTO	53	72,6	72,6	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

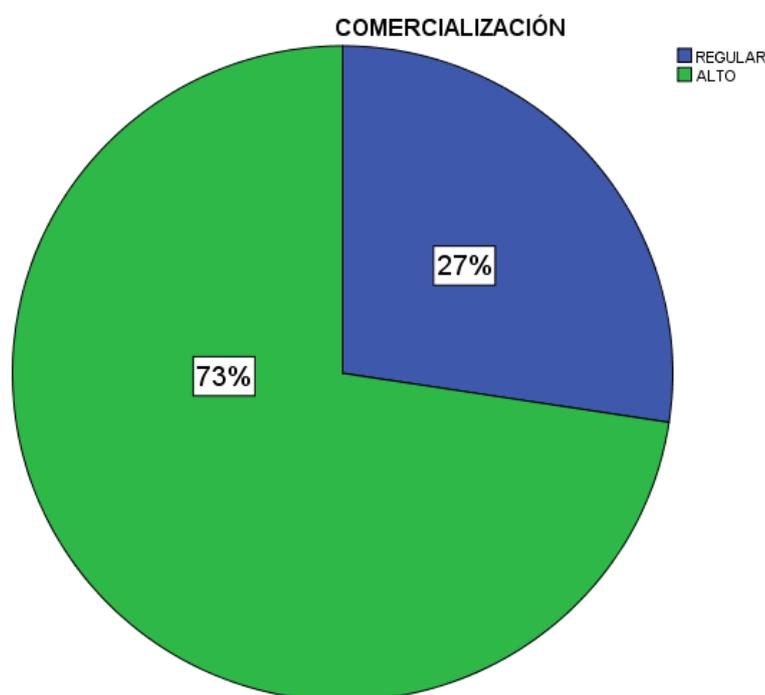


Figura 7. Distribución de encuestados según la Comercialización

### Interpretación

Según los resultados obtenidos de la segunda dimensión de la variable independiente, a partir de los resultados de la tabla 9 y figura 7, el 73% de colaboradores encuestados indicó que la comercialización se encuentra en un nivel eficiente u óptimo. Adicionalmente, el 27% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras ninguno de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo; al abordar elementos como las políticas de venta, relaciones con los clientes e investigación de mercados.

Tabla 10. *Distribución de encuestados según el Recurso Humano*

RECURSO_HUMANO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	25	34,2	34,2	34,2
	ALTO	48	65,8	65,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

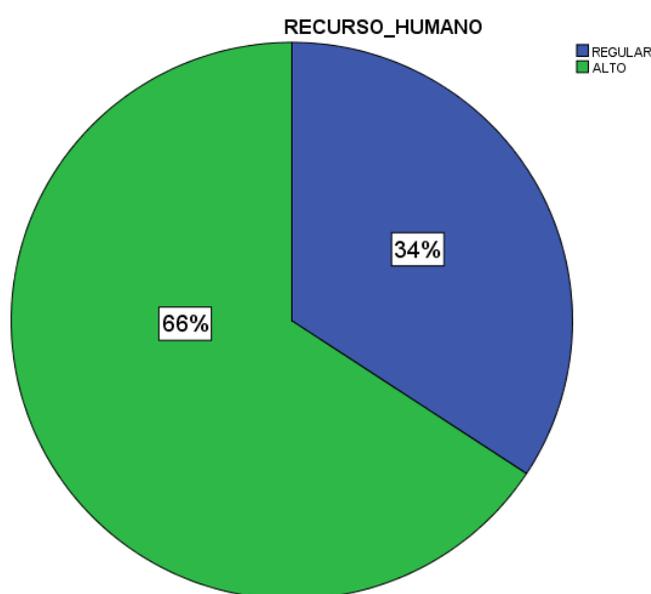


Figura 8. *Distribución de encuestados según el Recurso Humano*

### Interpretación

En base los resultados obtenidos de la tercera dimensión de la variable independiente, evidenciándose los resultados en la tabla 10 y figura 8, el 66% de colaboradores encuestados indicó que el recurso se encuentra en un nivel eficiente u óptimo, a pesar de ser la dimensión con resultados menos positivos, en donde los encuestados fueron consultados por elementos como el proceso de selección y reclutamiento, capacitación, clima laboral, cultura organizacional, compensaciones y salud e higiene. Adicionalmente, el 34% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras ninguno de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo.

Tabla 11. *Distribución de encuestados según los Sistemas de Información*

SISTEMAS_INFORMACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULA R	18	24,7	24,7	24,7
	ALTO	55	75,3	75,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

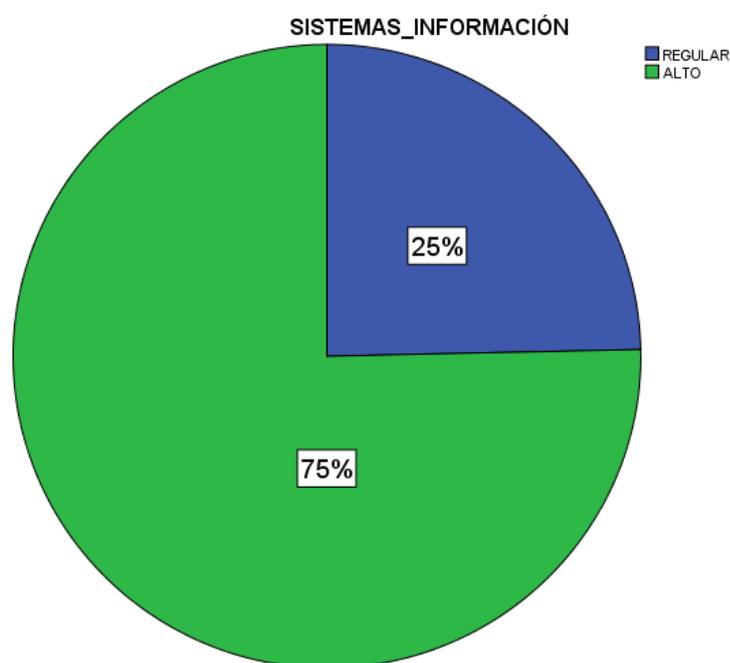


Figura 9. *Distribución de encuestados según los Sistemas de Información*

### Interpretación

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos de la cuarta dimensión de la variable independiente que se visualizan en la tabla 11 y figura 9; el 75% de colaboradores encuestados indicó que los sistemas de información se encuentran en un nivel eficiente u óptimo. Adicionalmente, el 25% ubicó a este elemento dentro de un nivel regular; mientras ninguno de los colaboradores mencionó que se encuentra en un nivel malo; al abordar elementos como las tecnologías de información (TICS) utilizadas y la sistematización.

## Prueba de normalidad

Tabla 12. Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
RESPONSABILIDAD_S OCIAL_EMPRESARIAL	,440	73	,000	,598	73	,000
COMPETITIVIDAD	,435	73	,000	,585	73	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

## Interpretación

Para comprender la prueba de normalidad, en primer lugar, es necesario mencionar el coeficiente a considerar. Al tratarse de un estudio que presenta una muestra de 73 personas, se opta por Kolmogorov-Smirnov, utilizado en muestras mayores a 50 elementos. Seguido a ello, para poder determinar la distribución de normalidad de los resultados para posteriormente seleccionar la prueba estadística correspondiente a las condiciones que se presentan, es necesario plantear dos hipótesis:

Hi: La distribución de los resultados es no normal.

Ho: La distribución de los resultados es normal.

Es así que, si el valor de sig. que se obtiene es menor al margen de error, se aceptará la hipótesis del investigador. En conclusión, la distribución de los resultados del presente estudio es de tipo no normal, ya que se pudo aceptar la hipótesis del investigador, al obtener un valor de significancia igual a 0.000 (<0.05), por lo que se seleccionará una prueba no paramétrica.

## Análisis inferencial

### Correlación de hipótesis general

Hi: Existe una relación significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Valor sig.:  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = +/- 1.96$ ); Criterios: Sig. e < sig. i  $\rightarrow$  se rechaza la H0

Sig. e > sig. i  $\rightarrow$  se acepta H0

Tabla 13. Prueba de hipótesis general

<b>Correlaciones</b>				
		RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL		COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	1,000	,775**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,775**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

### Interpretación

A partir de la aplicación de la prueba Rho de Spearman, la cual refiere a una de tipo no paramétrica, fue posible aceptar la hipótesis general, al obtener un valor sig. igual a 0.000, siendo este menor al margen de error. A su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho igual a 0.775, lo que refiere a una relación directa, positiva y fuerte.

### Correlación de hipótesis específica 1

H1: Existe una relación significativa entre el aspecto ambiental de la RSE y la Competitividad Empresarial en una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre el aspecto ambiental de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Valor sig.:  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = +/- 1.96$ ); Criterios: Sig. e < sig. i  $\rightarrow$  se rechaza la H0

Sig. e > sig. i  $\rightarrow$  se acepta H0

Tabla 14. Prueba de hipótesis específica 1

		Correlaciones		
		DIMENSIÓN_M		
		EDIOAMBIENT		COMPETITI
		AL	VIDAD	
Rho de	DIMENSIÓN_MEDI	Coeficiente de correlación	1,000	,757**
Spearman	OAMBIENTAL	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,757**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

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

### Interpretación

Según los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, fue posible aceptar la hipótesis específica 1, al obtener un valor sig. igual a 0.000, siendo este menor al margen de error. Además, se halló un coeficiente de correlación Rho igual a 0.757, lo que refiere a una relación directa, positiva y fuerte, por lo que es posible afirmar que la

Dimensión medioambiental de la RSE se relaciona con la Competitividad en el contexto analizado.

### Correlación de hipótesis específica 2

H2: Existe una relación significativa entre el aspecto económico de la RSE y la Competitividad Empresarial en una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre el aspecto económico de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.

Valor sig.:  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = \pm 1.96$ ); Criterios: Sig. e < sig. i  $\rightarrow$  se rechaza la H0

Sig. e > sig. i  $\rightarrow$  se acepta H0

Tabla 15. Prueba de hipótesis específica 2

		Correlaciones		
		DIMENSIÓN		
		_ECONÓMIC	COMPETITI	
		A	VIDAD	
Rho de Spearman	DIMENSIÓN_ECONÓMICA	Coeficiente de correlación	1,000	,837**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	73	73
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,837**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	73	73

### Interpretación

A partir de los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, fue posible aceptar la hipótesis específica 2, al obtener un valor sig. igual a 0.000, siendo este menor al margen de error. A su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho igual a 0.837, lo que refiere a una relación directa, positiva y muy fuerte, por lo que es posible

afirmar que la Dimensión económica de la RSE se relaciona con la Competitividad en el contexto analizado.

### Correlación de hipótesis específica 3

H3: Existe una relación significativa entre el aspecto social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla, ; región Callao 2021.

H3: No existe una relación significativa entre el aspecto social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla; región Callao 2021.

Valor sig.:  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = +/- 1.96$ ); Criterios: Sig. e < sig. i  $\rightarrow$  se rechaza la H0

Sig. e > sig. i  $\rightarrow$  se acepta H0

Tabla 16. Prueba de hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		DIMENSIÓN_ SOCIAL	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	DIMENSIÓN_SOCIAL	Coeficiente de correlación	1,000
	L	Sig. (bilateral)	,645**
		N	73
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,645**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	73

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

### Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, fue posible aceptar la hipótesis específica 3, al obtener un valor sig. igual a 0.000, siendo este menor al margen de error. A su vez, se obtuvo un coeficiente de correlación Rho igual a 0.645, lo que refiere a una relación directa, positiva y moderada, por lo que es

posible afirmar que la Dimensión social de la RSE se relaciona con la Competitividad en el contexto analizado.

## CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

A partir de los hallazgos del presente estudio en el plano inferencial y descriptivo, fue posible aceptar la hipótesis general planteada al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, lo que permitió encontrar un valor de significancia menor al margen de error para ciencias sociales (0.05) a la vez de encontrar un coeficiente de correlación igual a 0.775, lo que reveló una relación positiva fuerte entre la RSE en la Competitividad Empresarial de la entidad financiera analizada. A su vez, en el plano descriptivo, la RSE en la organización seleccionada se encontró en un nivel adecuado, a partir de la percepción del 72.6% de colaboradores encuestados; mientras que la dimensión competitividad también se encuentra en un nivel alto representado por el 68% de trabajadores.

Al realizar el contraste de los resultados de la hipótesis general frente a otras investigaciones que abordan una problemática similar, lo hallado coincide con el estudio realizado por Morales (2009), el cual se enfoca en evidenciar la relación entre la RSE y la Competitividad Empresarial en una universidad privada, revelando que ambas variables se relacionan significativamente mediante la prueba estadística Rho de Spearman, con un coeficiente de correlación de 0.557. Si bien es cierto, ambas correlaciones son positivas, la de la presente investigación revela un nivel de relación más fuerte, lo que puede ser explicado por el tipo de organización que se ha analizado. A su vez, Vergara (2016) profundiza respecto a esta relación a nivel histórico, en donde destaca que la competitividad es un fenómeno que depende de distintos aspectos, por lo que la RSE no es el único elemento que propicia mejoras en la competitividad; sin embargo, esta afecta a aspectos microeconómicos, teniendo incidencia en las estrategias y procesos internos de cada organización. Es importante señalar que, de acuerdo con Hernández & Sánchez (2016), no existe evidencia observable sobre los resultados

empresariales de forma directamente observable, además de que el fenómeno RSE no refiere exclusivamente a las grandes organizaciones.

Respecto a la primera hipótesis específica, la cual consistió en identificar la relación entre el ambiental la competitividad, pudiendo corroborar dicha vinculación mediante un coeficiente de correlación Rho igual a 0.757, lo que reveló una correlación positiva y fuerte entre ambos elementos.

Al contrastar dicha información con lo establecido por Hernández & Manrique (2017), existen similitudes respecto a los resultados de ambas investigaciones en donde se evidencia una relación significativa entre la dimensión ambiental y la competitividad, o también denominado "éxito competitivo". Es importante señalar que en dicho estudio se empleó una correlación de Pearson, la cual demostró una correlación positiva moderada, contando con un coeficiente de correlación muy parecido al hallado en la presente. Además de ello, dentro de la literatura disponible existen diversas posturas que apuntan a una relación entre la RSE, principalmente enfocada en el aspecto medioambiental, frente a la obtención de beneficios reales y concretos en materia de rentabilidad, por lo que Escobar (2015) detalla que una adecuada planificación de medidas enfocadas en la RSE permite obtener beneficios económicos en el largo plazo, materializando la posibilidad de convertirse en un medio generador de ingresos.

De acuerdo con los resultados de la hipótesis específica 2, fue posible aceptarla a partir de un coeficiente de correlación Rho igual a 0.837, siendo la correlación más elevada del estudio, además de que, en el plano descriptivo, el ámbito económico es el que presenta resultados más favorables.

Realizando un contraste con lo establecido y hallado por Hernández & Manrique (2017), la dimensión económica se relaciona con la competitividad de manera moderada (0.507), a diferencia de lo hallado en el presente estudio (correlación positiva muy fuerte), siendo la hipótesis que presenta los resultados más resaltantes (0.837), en donde es posible inferir de que hay organizaciones que no dan mayor relevancia a dicho aspecto, estando por debajo de los otros dos que lo complementan. A su vez, Cárdenas (2014) difiere parcialmente a lo detallado en líneas anteriores, debido a que, en primer lugar al hablar de competitividad necesariamente debe abordarse conceptos económicos como lo son las ventas, por lo que dicho autor detalla que las actividades relacionadas con la RSE no tienen una implicancia evidente frente a la decisión de los consumidores en adquirir algún producto o servicio, poniendo por encima a la calidad; lo que puede ser explicado a partir del tipo de consumidores o clientes en relación a su nivel de conocimiento acerca de todo lo que engloban dichas prácticas y su consciencia responsable.

En relación a la última hipótesis específica, la cual pretendió evidenciar la relación entre el ámbito social y la competitividad, pudiendo corroborar dicha vinculación mediante un coeficiente de correlación Rho igual a 0.645, lo que reveló una correlación positiva de nivel moderado entre ambos elementos.

Al hacer un contraste de la última hipótesis específica, Hernández & Manrique (2017) concluyen que el aspecto social de la RSE es el que menos se relaciona con la competitividad ( $r=0.379$ ), en comparación a lo hallado en la presente investigación (0.645). Además, Aponte et Al. (2018) profundizan respecto al rol del sistema financiero entorno a la RSE en el plano social, en donde se concluye que la RSE no refiere al altruismo, sino a la búsqueda de un

beneficio social mutual, maximizando dichos beneficios para el conjunto de la sociedad, en donde evidentemente está incluida la misma organización.

En relación a las implicancias del estudio, en el ámbito práctica, resulta pertinente menciona que la presente investigación puede servir como punto de partida para que la organización financiera analizada atienda los puntos críticos entorno a la RSE y competitividad empresarial a partir de la percepción y calificación de sus propios colaboradores. A su vez, en el plano teórico y metodológico, la presente investigación puede resultar beneficiosa y utilizada como guía o lineamiento para futuras investigaciones que quieran abordar dicha problemática dentro del sector financiero, además de propiciar un modelo de operacionalización para el diseño de futuros instrumentos para la recolección de datos.

Finalmente, las limitaciones del presente estudio refirieron principalmente a la coyuntura actual, obstaculizando el proceso de recolección de datos, limitando dicha etapa a realizarla de forma virtual, además de observar poca predisposición por los colaboradores de la entidad analizada. A su vez, otra limitación que se suscitó durante el desarrollo del estudio, fue el número reducido de antecedentes que enfoquen la problemática en el contexto financiero.

## **4.2 Conclusiones**

En relación al objetivo general de investigación, fue posible evidenciar una relación significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla; región Callao. Para lo cual se aplicó la prueba Rho de Spearman, elegida luego de realizar una prueba de normalidad, en donde los resultados presentaron una distribución normal. Es así que, se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000 y un coeficiente de correlación igual a 0.775, lo que revela un nivel de relación

positivo fuerte. Con todo lo anterior expuesto, fue posible afirmar que, ante una mejora de la gestión de prácticas relacionadas con la RSE, la competitividad de la organización mejorará.

Respecto al objetivo específico 1, fue posible evidenciar una relación entre el aspecto medioambiental en la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla; región Callao. Para lo cual se aplicó la prueba Rho de Spearman, la cual permitió obtener un valor de significancia igual a 0.000 y un coeficiente de correlación igual a 0.757, revelando así un nivel de relación directa, positiva fuerte. Es así que, resulta posible sostener que, ante una mejora de la gestión de prácticas relacionadas con la RSE en el ámbito medioambiental, la competitividad de la organización incrementará.

De acuerdo con el objetivo específico 2, resultó posible comprobar la existencia de una relación entre el aspecto económico de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla; región Callao. A través de la prueba Rho de Spearman, fue posible obtener un valor de significancia igual a 0.000 y un coeficiente de correlación igual a 0.837, revelando así un nivel de relación positivo fuerte. Es así como, resulta posible sostener que, ante una mejora de la gestión de prácticas relacionadas con la RSE en el ámbito económico, la competitividad de la organización incrementará.

Finalmente, con relación al objetivo específico 3, fue posible evidenciar la existencia de una relación entre el aspecto social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera en el distrito de Ventanilla; región Callao. A través de la prueba Rho de Spearman, se pudo obtener un valor de significancia igual a 0.00 y un coeficiente de correlación igual a 0.645, revelando así un nivel de relación positivo moderada. Es así que, resulta posible sostener que, ante una mejora de la gestión de prácticas relacionadas con la RSE en el ámbito social, la competitividad de la organización incrementará.

## REFERENCIAS

- Alvarado , A., Bigné, E., & Curras, A. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 115-137.
- Aponte, C., Ávila, C., Azcoytia, A., & Rodríguez, P. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Financiero en el Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *Innovag*, 56-62.
- Cárdenas, M. (2014). *La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores en el distrito de Trujillo, Perú*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Carrasco Díaz S. (2005). Metodología de la Investigación Científica. Lima.
- Cerna, A. (2017). *La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional en una empresa de cementos*. Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Cerna, D. (10 de 03 de 2019). *Responsabilidad social empresarial: ¿cómo está Perú en la divulgación de logros?* Obtenido de udep.edu.pe: <http://udep.edu.pe/hoy/2019/responsabilidad-social-empresarial-como-esta-peru-en-la-divulgacion-de-logros/>
- Cox Moura-Leite, Rosamaria (2011). Responsabilidad Social Empresarial De Las Pymes: El Caso Del Distrito V De Huelva -España. *Organizações & Sociedade*, 18(56),139-152. ISSN: 1413-585X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4006/400638314008>
- Diario Gestión. (08 de 2014). *Un 39% de empresas en Lima están en Cono Norte*. Obtenido de [gestion.pe](https://gestion.pe): <https://archivo.gestion.pe/noticia/1149824/39-empresas-lima-estan-cono-norte?ref=gesr>
- Diario Gestión. (11 de 02 de 2019). *Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social*. Obtenido de [gestion.pe](https://gestion.pe): <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>

- El Peruano. (28 de 04 de 2020). *Apuntalando a las mypes*. Obtenido de elperuano.pe:  
<https://elperuano.pe/noticia-apuntalando-a-mypes-95072.aspx?fbclid=IwAR2JO6ER6eMZtpNP5zpmPkSQcv7CHVVSZwgx4yWBzPmN24yLpzR-mE49PUEE>
- Escobar, E. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Espinoza, M. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de Ecuador. *Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 39-58.
- Estipia, A. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 75-84.
- Hernández, D., & Manrique, G. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Influencia En El Éxito Competitivo De Las Empresas Agroexportadoras De Uva Fresca*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Hernández, E., & Mendoza, J. (2016). Responsabilidad Social Empresarial para Mipymes: un Escenario de Cumplimiento Metodológico para el Desarrollo Sostenible. *Revista de Economía & Administración*, 71-82.
- Hernández, F., & Sánchez, J. (2016). Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes). *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 110-123.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* 5ta Edición. México DF: McGraw-Hill.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 107-130.
- Imbrechts, J., & González, Y. (2016). Aplicación del deber de la responsabilidad social empresarial en ejemplos de empresas de distintos tamaños en Colombia. *Contaduría Pública*, 1-36.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2013). *Análisis de la Densidad*. Lima: INEI.

- Jerusalmi, C., & Camacho, M. (2009). El Triángulo de la Competitividad: Un modelo de medición de competitividad empresarial, hallazgos empíricos sobre empresas farmacéuticas de EEUU. *Strategic Management and Business Policy*, 1-31.
- León, C. (2011). Responsabilidad social empresarial: implicaciones filosóficas. *Revista Universidad de León*, 320-336.
- Martínez, H. (2010). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Morales, G. (2019). *Responsabilidad Social Y La Competitividad Empresarial En La Universidad Privada Telesup - Ode Huacho, 2018*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Moreno Freites, Zahira, & Graterol, Dennys (2011). Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme. Un estudio en el sector metalmecánico de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. *Contaduría y Administración*, (235),175-194. ISSN: 0186-1042. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=395/39519916009>
- OECD (1992). Competitiveness. First report to the president and the Congress. Washington D.C.
- Palomino Villavicencio, C. Bertha, & López Pardo, A. Gustavo (2011). Acercamiento A La Responsabilidad Social Empresarial De Las Microempresas De Ecoturismo Indígena En Mexico. *Tourism & Management Studies*, 982-989. ISSN: 2182-8458. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3887/388743867089>
- Raufflet, J. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. México: Pearson.
- Saavedra, M. y Milla S. (2012). La competitividad en el nivel micro de la mipyme en el estado de Querétaro. Trabajo presentado en el XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Sosa, J., Turriago, R., & Zambrano, S. (2018). Una mirada de la responsabilidad social empresarial en microempresas manufactureras de Boyacá. *In Vestigium Ire*, 29-40.
- Vera, M., Martínez, R., Vera, G., & Martínez, I. (2017). Las Microempresas Poblanas Y La Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Global de Negocios*, 73-84.
- Vergara, M. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad: Estado del arte sobre su relación*. Pereira: Universidad Católica de Pereira.

## ANEXOS

Tabla 17. *Matriz de consistencia*

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIBALE INDEPENDIENTE	
¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?	Determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.	Existe una relación significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Enfoque
				Cuantitativo
			ASPECTO AMBIENTAL	Tipo de Investigación
			ASPECTO SOCIAL.	Correlación
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS		
¿Cuál es la relación entre el aspecto Ambiental de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?	Identificar la relación entre el aspecto Ambiental de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.	Existe una relación significativa entre el aspecto ambiental de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.	ASPECTO ECONÓMICO	Diseño de Investigación
			VARIABLE DEPENDIENTE	No experimental
			COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	
			PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	Muestra: 73 colaboradores
¿Cuál es la relación entre el aspecto Económico de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?	Establecer la relación entre el aspecto Económico de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.	Existe una relación significativa entre el aspecto económico de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.	COMERCIALIZACIÓN	
			RECURSO HUMANO	
			SISTEMAS DE INFORMACIÓN	Técnica / Instrumentos

---

<p>¿Cuál es la relación entre el aspecto Social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre el aspecto Social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.</p>	<p>Existe una relación significativa entre el aspecto social de la RSE en la Competitividad Empresarial de una entidad financiera del distrito de Ventanilla, región Callao; 2021.</p>	<p>Encuesta / Cuestionario</p>
---	---	--	--------------------------------

---

## CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

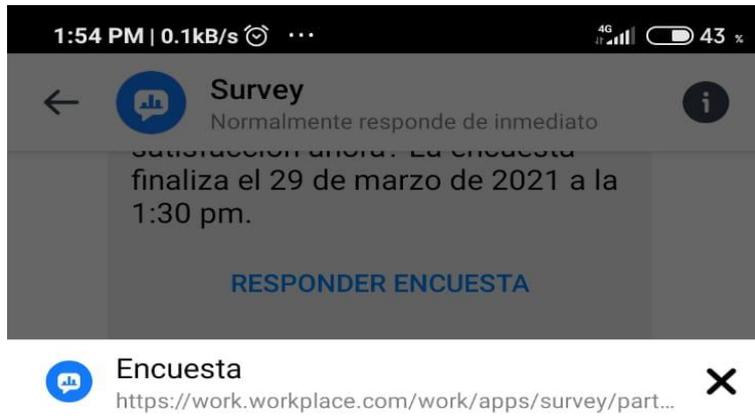
1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

		1	2	3	4	5
N°	<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b>					
	<i>ASPECTO SOCIAL</i>					
1	La organización se preocupa por la calidad de vida en el trabajo de sus colaboradores.					
2	La entidad financiera fomenta la formación y el desarrollo profesional de los empleados.					
3	La entidad financiera tiene una postura flexible con sus colaboradores al presentarse algún suceso o inconveniente.					
4	La entidad financiera permite una participación constante de los colaboradores.					
5	La organización se preocupa en la contratación de personas con algún tipo de discapacidad.					
6	Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados.					
<i>ASPECTO ECONÓMICO</i>						
7	Los servicios y productos financieros ofrecidos reúnen características atractivas para los clientes					
8	La información otorgada a los clientes de la entidad financiera es adecuada y completa.					
9	Existe una relación adecuada con los clientes de la entidad financiera.					
10	Considera que la gestión de la entidad financiera frente a quejas o inconvenientes es la adecuada.					
11	Los precios de los servicios y productos financieros que se ofrecen son competitivos dentro del sector financiero.					
<i>ASPECTO MEDIOAMBIENTAL</i>						
12	La entidad financiera toma en cuenta prácticas que no afecten el medioambiente.					
13	La entidad financiera hace un uso de recursos eficiente como la luz y el agua.					
14	La entidad financiera promueve actividades eco-amigables para sus colaboradores.					
15	Existe una adecuada gestión de residuos sólidos, reciclaje y/o emisiones.					
16	Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución, por parte de las personas responsables del área involucrada.					

## CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

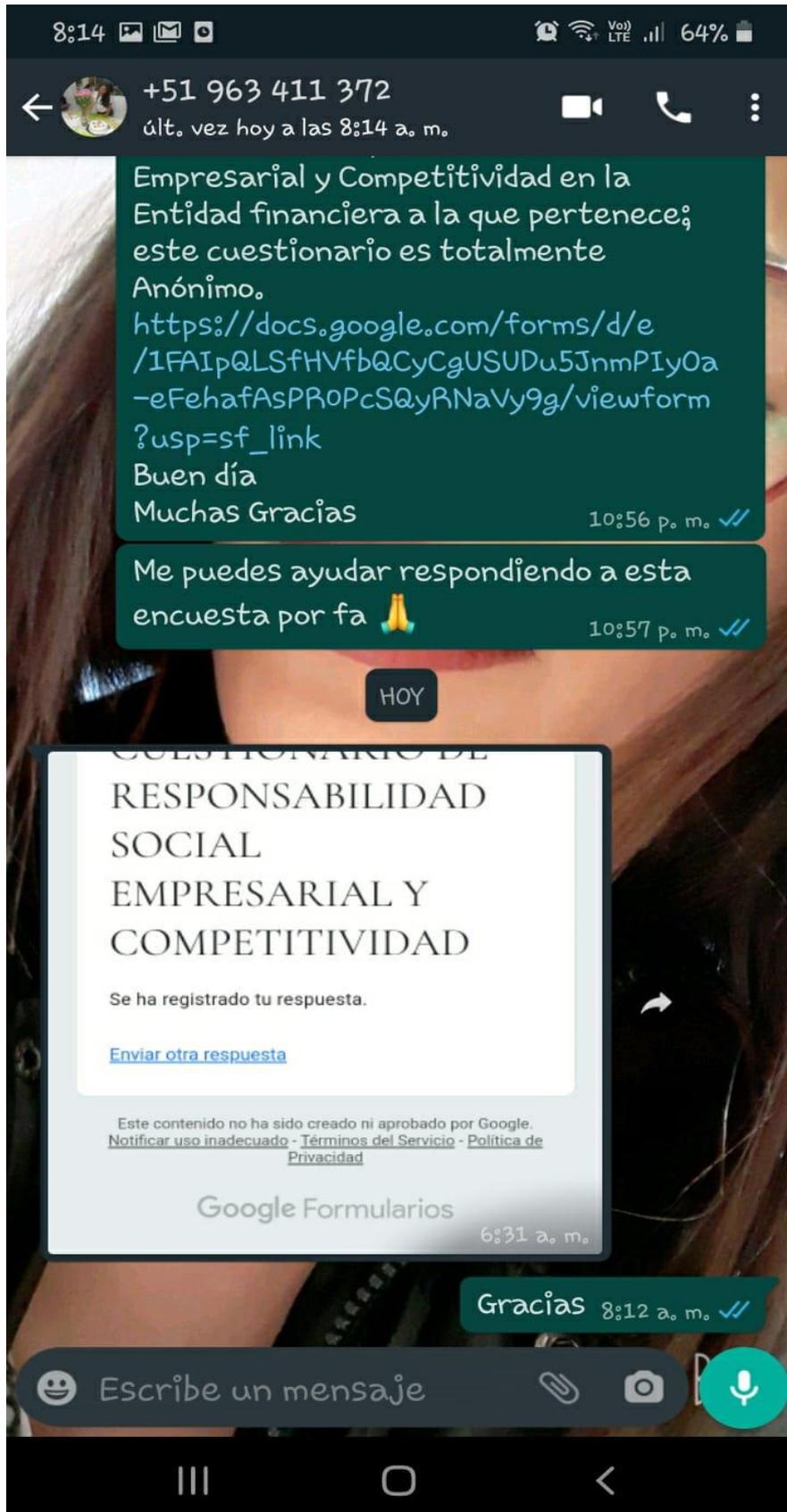
1	2	3	4	5
TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO

		1	2	3	4	5
N°	<b>COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL</b>					
	<i>PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO</i>					
1	Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando entre otros factores: nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.					
2	La empresa posee políticas institucionales claras.					
3	Se establecen planes de contingencia para contrarrestar inconvenientes no planificados.					
4	Las estrategias, objetivos y precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de la oferta, la demanda y la situación competitiva.					
<i>COMERCIALIZACIÓN</i>						
5	La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias.					
6	La entidad financiera se preocupa por contar con una adecuada relación con sus clientes.					
7	La entidad financiera realiza investigaciones de mercados para implementar nuevas medidas o productos dentro del mercado.					
<i>RECURSO HUMANO</i>						
8	La empresa posee rigurosos procesos para el reclutamiento y la selección de nuevos colaboradores					
9	La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción.					
10	La entidad financiera mantiene un adecuado clima laboral que permite que los colaboradores desarrollen sus actividades de manera tranquila.					
11	Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía.					
12	La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.					
13	Considera que las compensaciones y remuneraciones que percibe son adecuadas de acuerdo con las actividades que desarrolla.					
14	La empresa tiene un programa de seguridad para prevenir accidentes de trabajo tomando las acciones preventivas y/o correctivas.					
<i>SISTEMAS DE INFORMACIÓN</i>						
15	La empresa se apoya en sistemas o softwares que operan de manera eficiente facilitando su desempeño dentro del trabajo.					
16	La empresa destina parte de su presupuesto en implementar nuevos sistemas o softwares que faciliten un mejor desempeño de tareas.					
17	Existe una adecuada sistematización de información que permite que las actividades se desarrollen de forma eficiente.					
18	Las tareas que desempeñan son parte de un sistema que le permite desenvolverse de manera más eficiente dentro de su centro laboral.					



**Encuesta completada**  
Gracias por responder la encuesta.













7:36 M      17% 

  docs.google.com/forms/u/0  

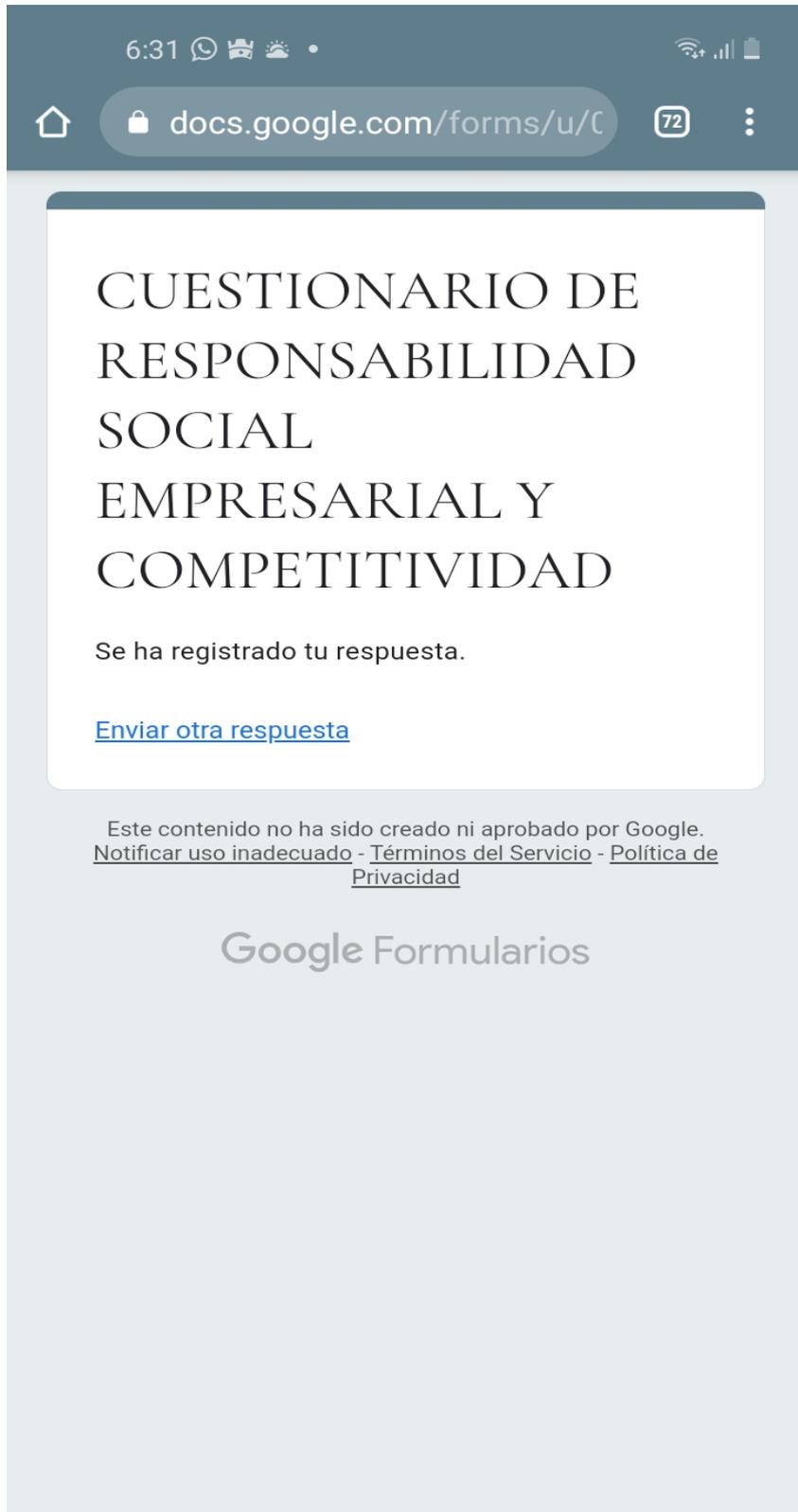
CUESTIONARIO DE  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
EMPRESARIAL Y  
COMPETITIVIDAD

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) -  
[Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



6:31    

  docs.google.com/forms/u/c  

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

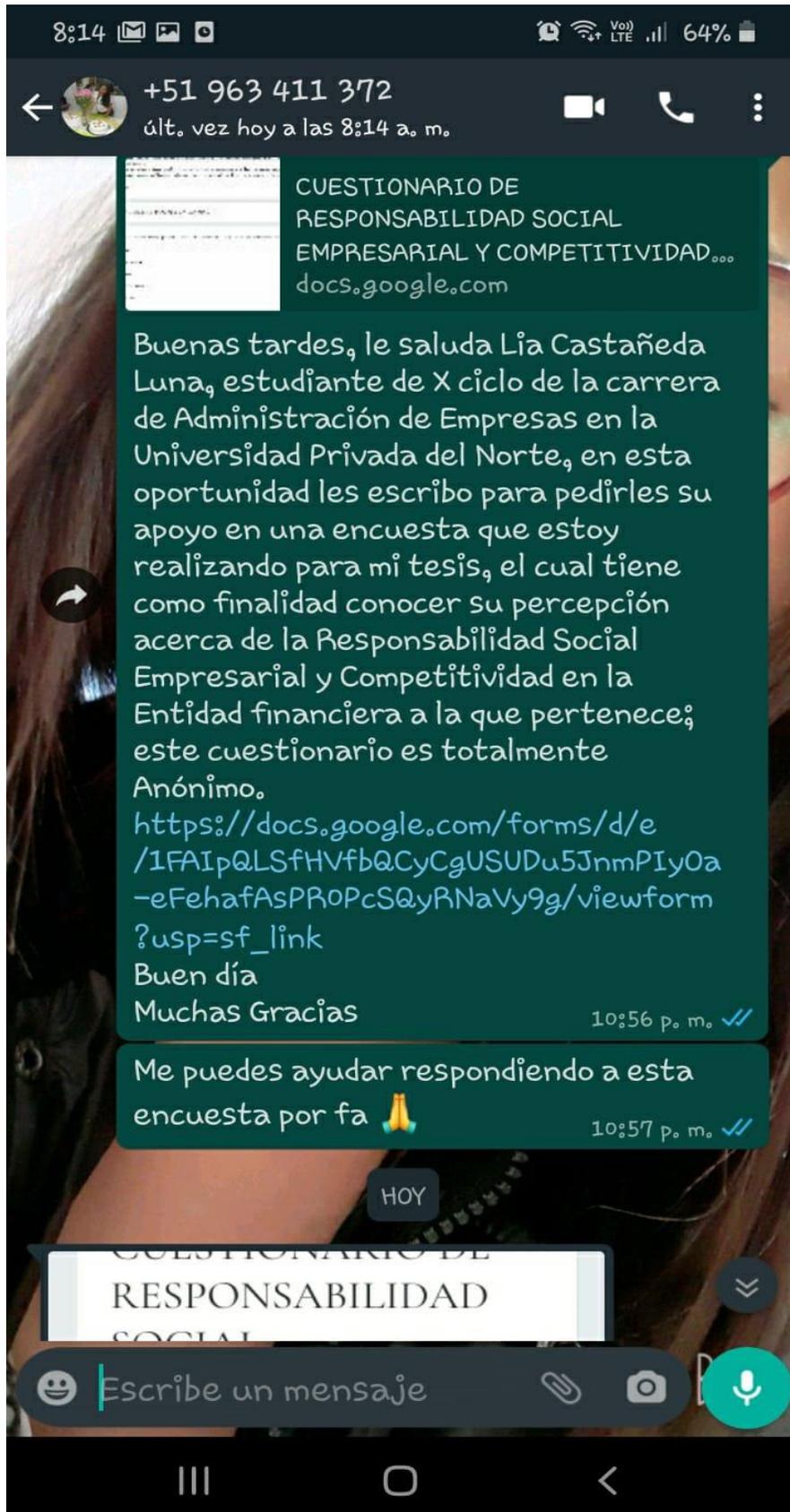
Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios







7:09       23% 

  docs.google.com/forms/u/0/  

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





7:39     72% 

  docs.google.com/forms/u/0/  

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





8:45 

 [docs.google.com/forms/u/0/](https://docs.google.com/forms/u/0/)  

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

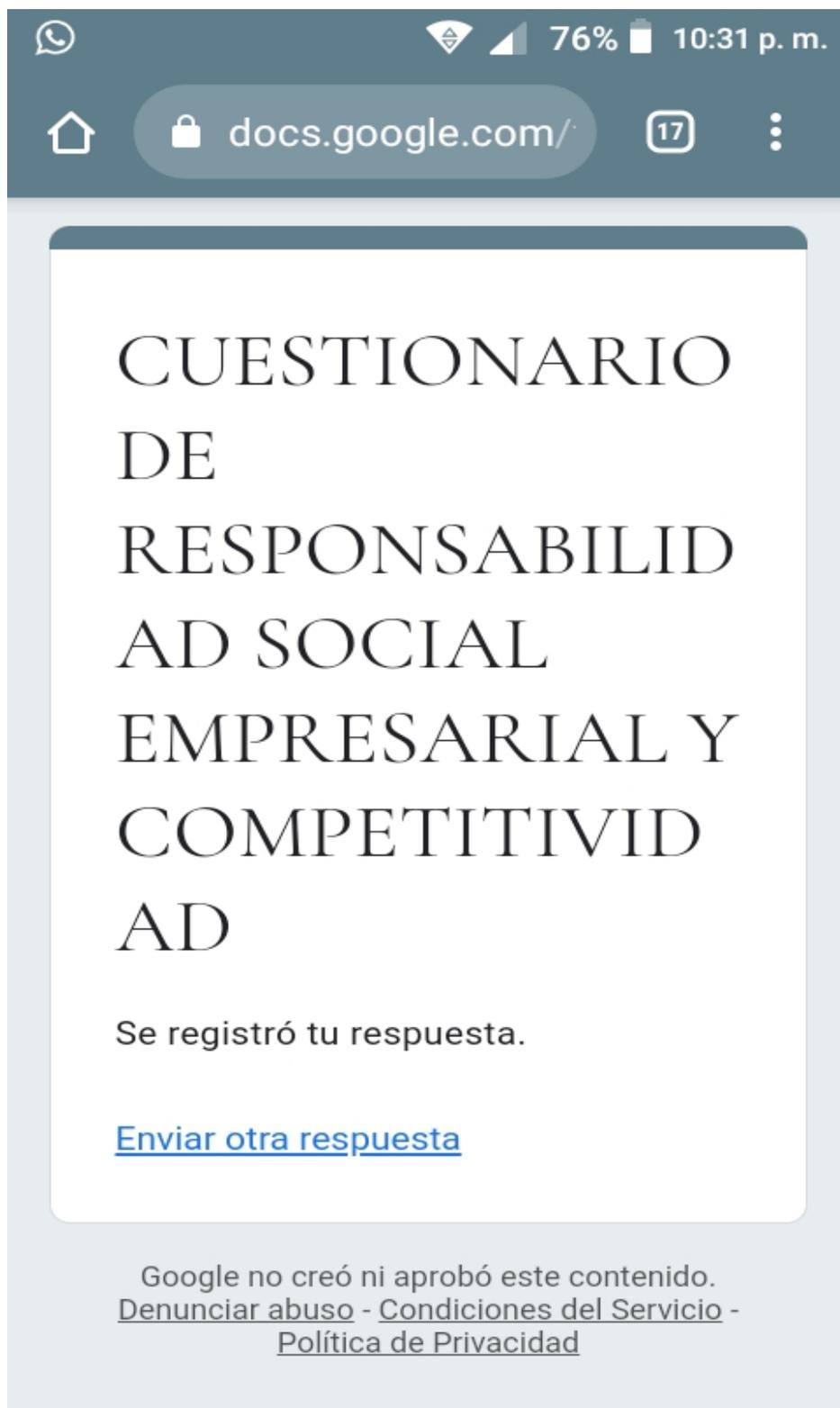
Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios







23:18

docs.google.com/forms

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDA D SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar](#)  
[abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de](#)  
[Privacidad](#)

Google Formularios

7:41  

 docs.google.com 

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDA D SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar  
abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de  
Privacidad](#)

Google Formularios





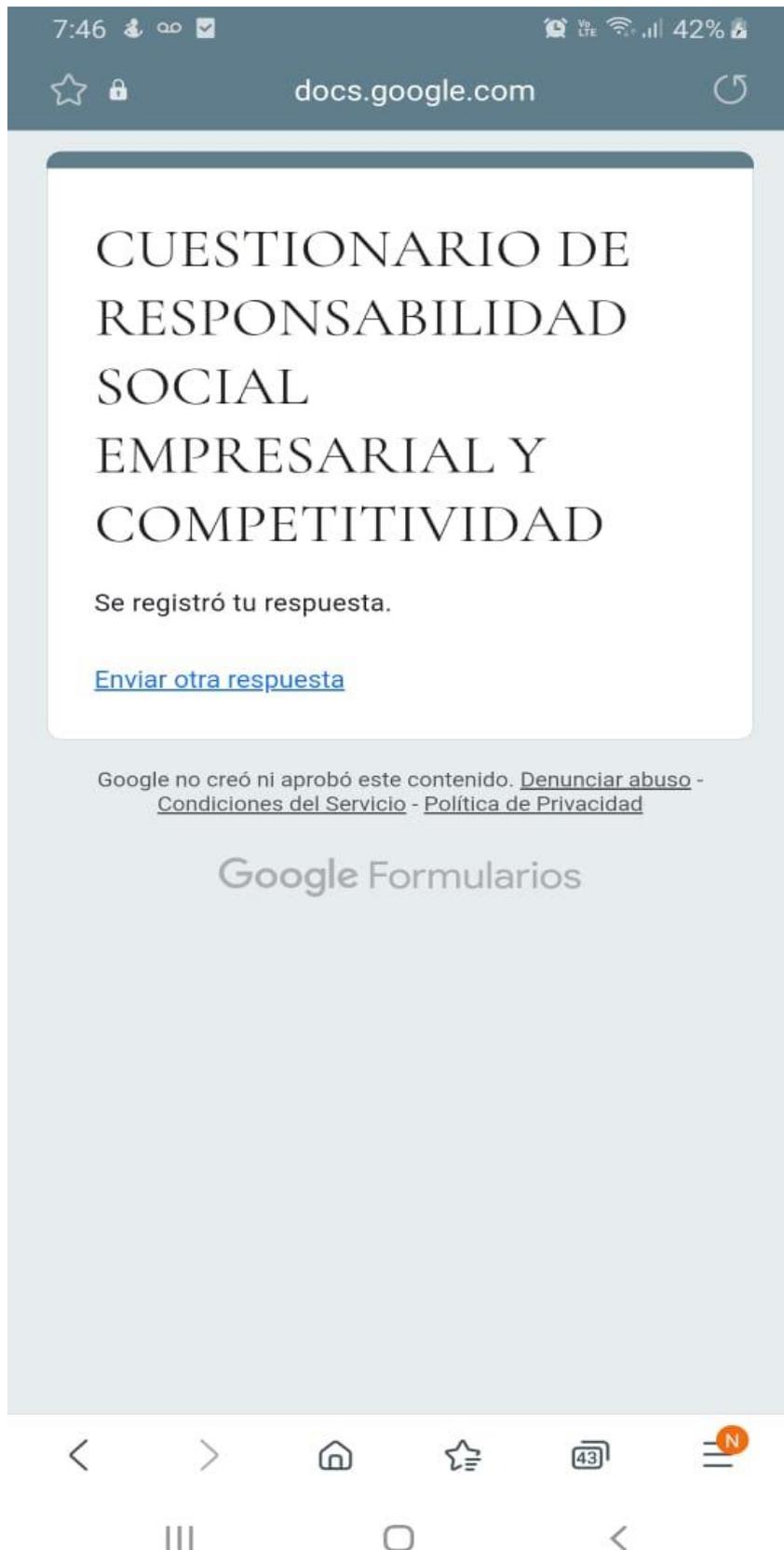


Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios





CUESTIONARIO  
DE  
RESPONSABILIDA  
D SOCIAL  
EMPRESARIAL Y  
COMPETITIVIDAD

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



2:10 [notification icons] [VoLTE] [signal strength] 100% [battery icon]

docs.google.com/forms/u/0/ [tab icon] [refresh icon]

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

[mobile navigation bar: home, search, back]





5:30     83%

  docs.google.com/forms/u/0/  

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

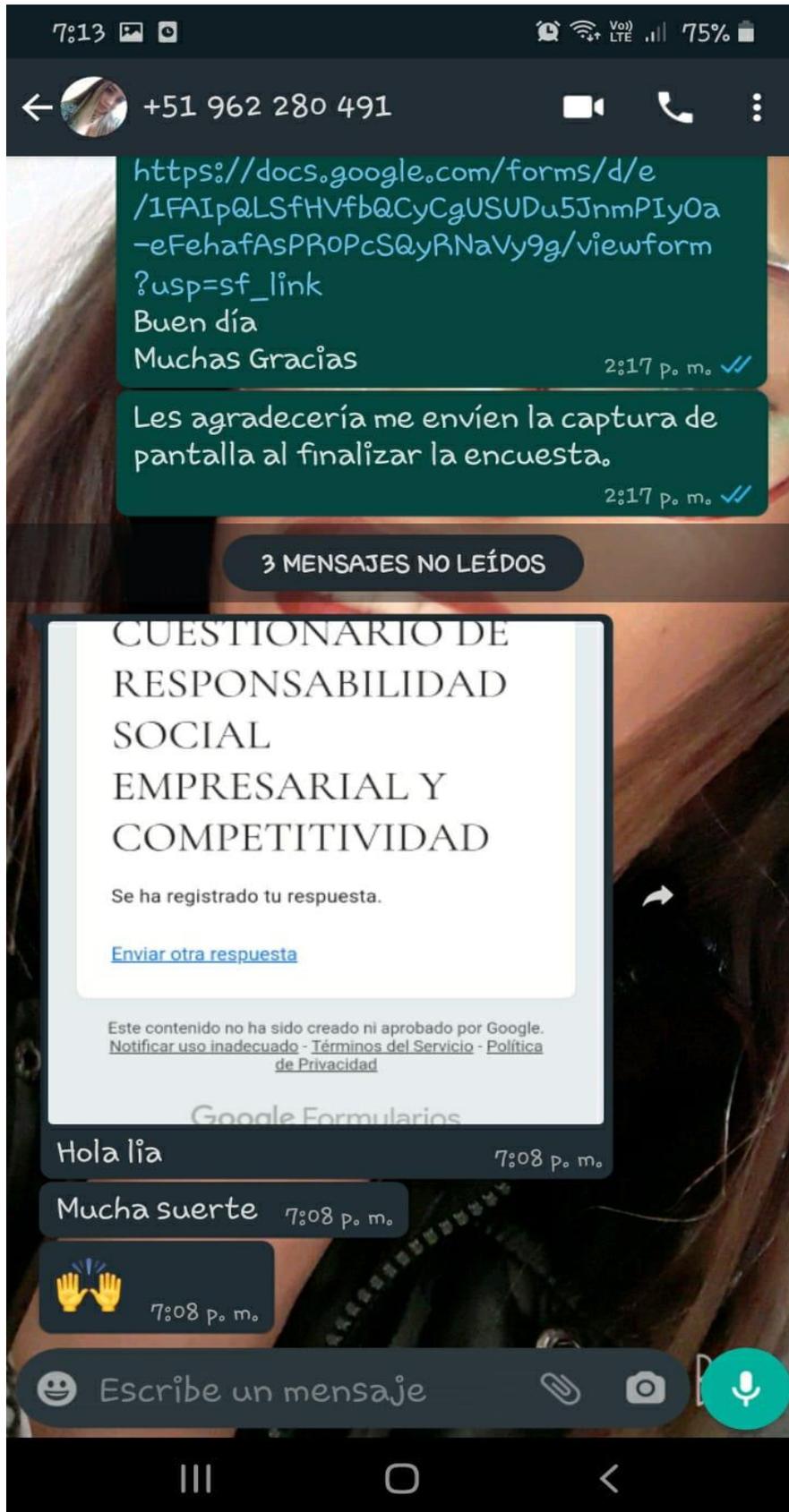
Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios







7:08 PM      65

  docs.google.com/forms/u/0  3 

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.  
[Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios







📶 PongoElHombro 4G 08:59 🔒 79 % 🔋

🔒 docs.google.com ↻

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se ha registrado tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#)  
- [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

< > 📄 📖 📄



4G         9:31

  docs.google.com/fc  

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido.  
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) -  
[Política de Privacidad](#)

Google Formularios

8:03 a. m.   H+  89%

# CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDA D SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar](#)  
[abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de](#)  
[Privacidad](#)

Google Formularios



## ACTA DE APROBACION DE LA TESIS

### ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS



El Asesor ELIZABETH MAYURI RAMOS, identificado con el D.N.I. N° 40964593, docente de la carrera de ADMINISTRACIÓN; ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión y verificación en programa de anti plagio de la Tesis de:

#### 1. CASTAÑEDA LUNA LIA YANILL

Luego de la revisión de la Tesis titulado: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE UNA ENTIDAD FINANCIERA, DISTRITRO VENTANILLA, REGION CALLAO; 2021, para aspirar al Grado Académico o Título Profesional : TÍTULO por la Universidad Privada del Norte, expresa el siguiente resultado:

Aprobado. El presente trabajo tiene nota veinte (20)

Desaprobado

Y respecto al uso de la información de la empresa; el Asesor declara, según los criterios definidos por la universidad, lo siguiente:

Este trabajo Requiere la autorización de uso de información la empresa.

Este trabajo No Requiere autorización de uso de información.

Lima, 18 de Julio de 2021