



FACULTAD DE NEGOCIOS
Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y
SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL EN LAS MYPES FABRICANTES
DE CALZADO DEL PORVENIR, TRUJILLO -
2023”

Tesis para optar al título profesional de:
Licenciada en Administración

Autores:

Ana Cecilia Gutierrez Villar
Darlene Victoria Ysabel Guerra Rodriguez

Asesor:

Dr. Henry Elder Ventura Aguilar
<https://orcid.org/0000-0003-4207-7682>

Trujillo - Perú

2022

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Julio Octavio Sánchez Quiroz	40003184
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	María del Carmen D´angelo Panizo	17917596
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Marlies Cueva Urra	18186434
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Informe de tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	15%
2	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	3%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 3%

Excluir bibliografía

Apagado

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios, por ser mi fortaleza y guía a lo largo de mi vida, a mis Queridos Padres quienes desde el inicio de mi carrera profesional han creído en mí y me han apoyado incondicionalmente. Su confianza, aliento y los recursos que me han brindado han sido fundamentales para mi crecimiento y éxito. Agradezco profundamente todo lo que han hecho por mí. A mis amadas hermanas, que han sido luz en mis momentos difíciles, agradezco su apoyo incondicional y presencia constante en mi camino académico ya que su amor y aliento fueron un impulso para superar todos los desafíos y perseguir mis sueños. Prometo seguir esforzándome para hacer sentir orgullosos a todos los miembros de mi Familia. Este logro también es suyo y lo comparto con todo mi amor y gratitud.

Deseo dedicar este trabajo a Dios, mi fuente de vida y salud, quien me ha dado la fuerza para superar los obstáculos a lo largo de estos años. A mi amada familia, les agradezco de corazón. Sus consejos, enseñanzas y amor incondicional han sido fundamentales en mi crecimiento personal y académico. Sin su paciencia y apoyo inquebrantable, no habría logrado todo lo que he alcanzado. Son mi faro de luz, guiándome con sabiduría y brindándome un amor sin límites. Agradezco de todo corazón su amor, aliento y apoyo constante. Esta tesis está dedicada a Dios y a mi familia, mis pilares en este viaje. Su influencia positiva y presencia constante son un regalo invaluable. Les agradezco profundamente todo lo que han hecho por mí y dedico este logro con gratitud y amor sincero.

AGRADECIMIENTO

Deseamos manifestar nuestro profundo agradecimiento a Dios por su constante protección, brindándonos salud, paz y sobre todo amor, lo que nos ha permitido superar los desafíos a lo largo de esta tesis. Reconocemos su presencia y guía en cada etapa de nuestro camino. También deseamos expresar nuestro sincero agradecimiento a nuestros queridos padres, quienes son nuestro motor y han sido apoyo incondicional durante nuestra vida universitaria. Su sabiduría, amor y apoyo nos han fortalecido y guiado hacia el éxito. Nos sentimos bendecidos de contar con ellos como guías en nuestra vida.

No podemos olvidar de expresar nuestro profundo agradecimiento a nuestro Asesor Dr. Henry Elder Ventura Aguilar, cuya paciencia, experiencia y conocimientos profesionales han sido fundamentales para el logro de esta investigación. Su orientación constante ha sido clave para alcanzar nuestro objetivo. Valoramos sus palabras de aliento, dedicación y compromiso con nuestra formación académica.

Tabla de contenido

Jurado calificador	2
Informe de similitud	3
Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Tabla De Contenido	6
Índice De Tablas	7
Índice De Figuras	8
Resumen	9
Capítulo I: Introducción	10
Capítulo II: Metodología	38
Capítulo III: Resultados	444
Capítulo IV: Discusión Y Conclusiones	55
Referencias	644
Anexos	733

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Tabla Cruzada de la Dimensión Social y el Crecimiento Empresarial.....</i>	50
Tabla 2 <i>Tabla Cruzada de la Dimensión Económica y el Crecimiento Empresarial.....</i>	52
Tabla 3 <i>Tabla Cruzada de la Dimensión Medio Ambiental y el Crecimiento Empresarial.....</i>	54
Tabla 4 <i>Análisis de correlación de la Dimensión Medio Ambiental y el Crecimiento Empresarial.....</i>	55
Tabla 5 <i>Análisis de la Dimensión Social de la Responsabilidad Social Empresarial ...</i>	55
Tabla 6 <i>Análisis de la Dimensión Economía de la Responsabilidad Social Empresarial.</i>	56
Tabla 7 <i>Análisis de la dimensión Medio Ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial.....</i>	57
Tabla 8 <i>Análisis de Dimensión Económica del Crecimiento Empresarial.....</i>	57
Tabla 9 <i>Análisis de Dimensión de Patrimonio del Crecimiento Empresarial.....</i>	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Gráfico de Dispersión de Puntos de la Dimensión Social y el Crecimiento Empresarial</i>	52
Figura 2 <i>Gráfico de Dispersión de Puntos de la Dimensión Económica y el Crecimiento Empresarial.</i>	54
Figura 3 <i>Gráfico de Dispersión de Puntos de la Dimensión Medio Ambiental y el Crecimiento Empresarial</i>	56
Figura 4 <i>Gráfico de Dispersión de Puntos de la Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial</i>	57

RESUMEN

El objetivo fue, determinar si Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. La metodología de investigación fue Aplicada, diseño Descriptivo – Correlacional. Además, se utilizó cuestionario, para el procesamiento de datos se usó el software MS- Excel 2017 y el SPSS V.25. la muestra fue 347 mypes. Como resultados la Responsabilidad Social Empresarial y Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.842 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Se concluyó, que las organizaciones sean competitivas, es crucial adoptar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPES) deben promover la calidad de vida en el trabajo, fomentar el espíritu empresarial y crear condiciones para su crecimiento. Además, deben generar y distribuir valor agregado, asegurando que sus actividades beneficien tanto a sus colaboradores como a la comunidad, estableciendo una relación de beneficio mutuo con la sociedad circundante.

PALABRAS CLAVES: Mypes, Responsabilidad Social Empresarial, Crecimiento Empresarial, Rentabilidad.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Al pasar los años, los dueños de las empresas de calzado cambiaron su forma de pensar, puesto que ya no es su objetivo solo generar utilidades, en la actualidad, se toman decisiones que generen una mejor calidad de vida a sus colaboradores, clientes internos como externos, en el ambiente donde desarrollan sus actividades. A raíz de esto, nace la responsabilidad social empresarial (RSE), nace como una nueva forma de gestión empresarial que se sustenta en la actividad económica, social y ambiental, que establece como prioridad los beneficios de diferentes grupos con los que se relaciona.

El caso de éxito es Nike ha liderado el camino en la industria del calzado al adoptar prácticas de RSE y Sostenibilidad. La empresa ha desarrollado estrategias sustentables que abarcan desde la fabricación de productos con materiales reciclados hasta la implementación de tecnologías innovadoras, como la tecnología Nike Flyknit. Nike también ha participado en iniciativas de colaboración, como la Sustainable Apparel Coalition, con el objetivo de mejorar la sostenibilidad en toda la industria del vestido y el calzado. Además, la compañía ha sido eficiente en la comunicación de sus esfuerzos sustentables a través de campañas como "Better World" (Expok, 2022).

Según (Cajiga Juan, 2010, pág. 2), es fundamental ya que por medio de su visión empresarial contribuye el respeto por las personas, integrando valores éticos, cuidado a la comunidad y el medioambiente, independientemente de la actividad económica a la que se dedique o del sector al que pertenece, independientemente del tamaño o nacionalidad.

La RSE busca extender los impactos positivos y menguar los negativos de las organizaciones hacia los clientes y sociedad; así pues se logre entender las expectativas directa o indirectamente para conseguir los objetivos planteados, tomando como puesto central en la economía dentro del cuadro social y ambiental de todos los partícipes, alcanzando la rentabilidad de las empresas sosteniblemente.

Desde el contexto socio económico donde el comportamiento y la actuación de las empresas son analizados minuciosamente, la responsabilidad social empresarial parece ser necesario para reforzar la imagen de un tejido empresarial afectado por la crisis existente. Según (Milian Laura , 2015, pág. 17) menciona que el Committee for Economic Development (1971).

Entonces la RSE es de vital importancia para las organizaciones en la actualidad, es esencial la aplicación de RSE para el crecimiento empresarial de las organizaciones de las empresas, así satisfacer exteriormente con calidad de productos mediante la competitividad de productos mediante la competitividad empresarial incluyendo a los trabajadores.

La Responsabilidad Social Empresarial, para las empresas, es un mecanismo que aún desconocen y por ende no aplican, ya que en la mayor parte de los trabajadores que laboran no tienen el conocimiento adecuado, esto puede afectar que el gobierno puede abrir programas de desarrollo productivo y las empresas no puedan aplicar para las mismas ya que no está siendo tomado desde un punto de vista equivoco, no solo es necesario tener negocio que rinda financieramente sino también social y de esta manera obtener un crecimiento de la empresa.

Según Barragán et al. (2022) en su investigación, tuvieron el objetivo de describir la responsabilidad social en las empresas desde una revisión sistemática, teniendo en cuenta elementos tales como la filantropía y la voluntariedad, sin desestimar aspectos

como lo económico, lo social y lo ambiental. Metodológicamente, se empleó un enfoque cualitativo, sustentado en la herramienta de revisión bibliográfica documental, como mecanismo para explicar e interpretar los resultados, los cuales indican aspectos como sistemas de recompensas a colaboradores, construcción de espacios dirigidos a aumentar la calidad de vida donde se promueva la responsabilidad social empresarial, considerando los efectos de sus acciones en sus grupos de interés. Finalmente se concluye que estas acciones requieren de una articulación permanente entre distintos grupos de interés para su consolidación

Según Cuenca (2022) en su investigación, tuvo como objetivo el analizar como la Responsabilidad Social Empresarial puede favorecer el posicionamiento de las organizaciones que se encuentra en la industria maderera en la ciudad de Cuenca, Ecuador. De acuerdo con la superintendencia de compañías existen 12 empresas bajo la clasificación C3100.01: Fabricación de muebles de madera y sus partes. La manufactura se encuentra dentro de las industrias más importantes del país, generando empleo y aportando a su producción total. Cuenca es reconocida por fabricar muebles de calidad; en la ciudad la industria manufacturera aporta 17,3% al sector económico, siendo el 6% de las industrias madereras. La intención del presente estudio es conocer si las organizaciones que se especializan a la fabricación de muebles en la ciudad de Cuenca aplican un modelo de gestión basado en la RSE y si consideran que es una herramienta que puede mejorar su posicionamiento en el mercado. Se aplicó una investigación bibliográfica, exploratoria y los métodos cualitativo y cuantitativo; con mayor énfasis en la información cualitativa obtenida de una encuesta que fue aplicada a las 12 empresas del sector. Los resultados obtenidos indican que, al menos en teoría, el 100% de las empresas conocen la RSE y que el 66% cree que sí permite mejorar su posicionamiento. Sin embargo, no todas trabajan conforme la RSE, y según los resultados, el principal

obstáculo sería la falta de conocimiento sobre la RSE y sus beneficios, al igual que la ausencia de regulaciones por parte del estado. Las acciones relacionadas a la RSE que estas empresas comúnmente realizan son el reciclaje y la transparencia con los consumidores.

Asimismo, según Azuero et al. (2022) en su investigación, tuvo como objetivo realizar un análisis descriptivo de las prácticas de RSE por grupo de interés que se presentan en la literatura y hacer un comparativo con las prácticas que reportan las PYMES más exportadoras del Valle del Cauca. Para lo cual se realiza una revisión de los artículos académicos entre 2010 y 2020, se hace un análisis de contenido sobre las prácticas de RSE publicadas en las páginas web de las PYMES más exportadoras del Valle del Cauca de acuerdo al reporte de la Cámara de Comercio de Cali en el año 2020, teniendo como base de comparación las dimensiones de RSE económica, filantrópica y ético-legal planteadas por Carroll. Los resultados indican que el grupo de interés que mayor cantidad de prácticas percibe por parte de las PYMES analizadas son los empleados y que la dimensión de RSE que más prácticas tienen es la ético-legal. Por último, se halla que múltiples prácticas van dirigidas a dos o más grupos de interés lo que permite una optimización de recursos y un mejor alcance por práctica de RSE aplicada en las PYMES.

Según Azuero & David (2022) en su investigación, tuvieron como objetivo de proponer la creación de estrategias empresariales para la empresa Roads Networks con enfoque en el mejoramiento de la competitividad y crecimiento exponencial en el mercado. El estudio investigativo se centró en una representación de tipo mixto donde se utilizaron instrumentos cualitativos para elaborar la fundamentación teórica y cuantitativas para estimar y estructurar los datos. Los métodos usados en la indagación fueron: el histórico-lógico que permitió examinar las variables de estudio bajo un

precepto cronológico y una sucesión lógica, al mismo tiempo se valió del método deductivo-inductivo, este par dialéctico posibilitó la caracterización de métodos y acciones en la organización empresarial objeto de estudio. Los resultados se obtuvieron a través de las encuestas realizadas al personal de la empresa Roads Networks, se concluye que la empresa para tener competitividad adecuada necesariamente tiene que implementar estrategias de crecimiento que le permita ser competitivo.

Morales et al. (2017) en su investigación, tuvo como objetivo analizar los determinantes de la supervivencia empresarial en casos de éxito basados en la hipótesis de que el crecimiento está relacionado con la supervivencia (permanencia en el mercado) de las empresas y además incidiendo positivamente en ella. Se utilizó el método de recopilación documental de la base de datos de la Superintendencia de Compañías para obtener información acerca de los Estados Financieros de las empresas de fabricación de calzado de la provincia de Tungurahua bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías (Superintendencia de Compañías, 2013-2017). Llegaron a la conclusión, los datos empleados para el análisis corresponden a indicadores producción, ventas y capacidad instalada medidos a partir de las cuentas de los estados financieros de las empresas. Por otro lado, la supervivencia considera indicadores edad y tamaño inicial de las empresas, mediante un análisis estadístico de correlación, regresión lineal múltiple y anova, se evidencia una alta y positiva correlación entre las ventas y producción empresarial con la supervivencia de las firmas para los casos estudiados.

Según Cunalata et al. (2022) en su investigación, tuvo el objetivo de analizar algunos planteamientos de los modelos efectivos de crecimiento económico que se basa en la investigación y en el desarrollo de los modelos de inversión donde, se tífica que los procesos de innovación que se crean en el sector de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de Tungurahua en el sector del calzado, se sustenta en el desarrollo estable de la

inversión, lo cual permite un crecimiento constante en la economía de forma sostenida y sustentable, siempre y cuando, los indicadores de rendimiento sean constantes en comparación a los procesos de inversión e innovación en términos de desarrollo. Para el análisis se utilizó un paradigma de alcance positivista, enfoque cuantitativo y alcance descriptivo. Para el análisis y tratamiento de los datos se utilizó el modelo elaborado por Romer (1990) el cual tiene 3 orientaciones de análisis, en primera instancia el crecimiento en relación con la aplicación las tecnologías, en segundo lugar, el tipo de mercado que se analiza y finalmente los diseños que se emplean para el proceso de creación de nuevas patentes para el diseño de los productos. Los resultados muestran de que existe una coincidencia significativa en algunas medidas relacionadas al planteamiento de la actualización del conocimiento endógeno, en virtud de que se confirma la existencia de una significancia en la relación entre los productos que se dan en la investigación y el desarrollo de la inversión, así como, la innovación y de forma paralela al producto interno bruto (PIB) per cápita.

Según Murrell & Gómez (2022), tuvieron el propósito de esta investigación fue analizar la incidencia de variables como el género del empresario, la edad y el tamaño de la empresa, así como el apoyo de los proveedores en la actividad económica de MIPYMES costarricenses en el contexto de la crisis sanitaria y económica. Para la elaboración de este estudio se utilizó una base de datos recolectada por el Ministerio de Economía de Industria y Comercio (MEIC), la cual corresponde a una muestra de 2 718 MIPYMES del parque empresarial. Para el análisis de los datos se utilizó un Modelo de Regresión Logística, lo que permitió examinar las relaciones estadísticas significativas de las variables estudiadas. Los resultados respaldan que existe una relación significativa entre el tamaño de la empresa con respecto al nivel de ventas y contratación de personal. Por el contrario, señalan que no existe una relación significativa entre el género de las

personas dueñas o administradoras y la edad de las MIPYMES, con respecto a las dos variables dependientes.

Según Pérez (2019) en su investigación, El objetivo de este estudio fue examinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial en las empresas de ferretería industrial del distrito de La Victoria. Se utilizó una metodología de investigación básica, con un enfoque descriptivo correlacional y un diseño no experimental de corte transversal. La técnica utilizada fue la encuesta a empresas relacionadas, mediante un cuestionario diseñado específicamente para este fin, lo que permitió llevar a cabo una investigación de campo. Además de abordar los aspectos sociales, económicos y ambientales, se tuvieron en cuenta tanto los factores internos como externos que son determinantes para lograr el crecimiento empresarial en este sector. Por lo tanto, se considera que la responsabilidad social empresarial desempeña un papel fundamental en dicho crecimiento. En conclusión, se destaca que la responsabilidad social es una herramienta primordial y la base de las organizaciones, ya que actúa como una guía que regula su comportamiento responsable en la sociedad. Esto implica cumplir con las normas, garantizar la seguridad de los trabajadores, fomentar una comunicación efectiva y crear conciencia sobre la importancia de la protección del medio ambiente en todas las operaciones. De esta manera, se busca generar un valor agregado e implementar estrategias que brinden ventajas competitivas, permitiendo a las empresas desenvolverse de manera responsable ante la sociedad.

Guamán (2017), tuvo por objetivo relacionar las variables con el propósito de medir responsablemente el crecimiento en el sector social empresarial, Curtiembres de la provincia de Tungurahua, la metodología usada fue el paradigma crítico propositivo, cualitativa, que orienta hacia el problema e investiga a profundidad. El instrumento utilizado fue la encuesta a seis compañías similares, por medio del planteo de un

cuestionario que facilita la exploración de campo, de igual modo detalla los componentes empresariales, social, legal y político que se piensan responsables; por último se complementó con los elementos de voluntariedad, identidad- sostenibilidad y con la relación entre grupos de interés como clave fundamental para conseguir de esta forma el crecimiento empresarial en el sector como además en todo el país. Por lo cual se cree que la poca RSE provocaría baja calidad del producto y perjuicios de los elementos naturales por lo tanto es necesaria su aplicación.

Aguilera y Puerto (2015) en el artículo científico expuso que los intermediarios han impulsado en la asociación empresarial el nivel de crecimiento atendiendo los factores sociales que permite estimular responsablemente el posicionamiento de la marca, restaurando el aspecto corporativo, aprehendiendo la prioridad y el pundonor de los usuarios he incoando la especial consonancia entre la compañía y la agrupación donde trabaja. Logrando ostentar responsablemente el crecimiento empresarial, valorando el interés que tiene los avances estratégicos y a su vez absorba espontáneamente el aspecto social y moralista.

Según (medina, 2015) en su trabajo de investigación, tuvo como objetivo, Proponer el diseño de un modelo de balance social empresarial que permita establecer índices éticos, legales, ambientales y económicos para mejorar la imagen empresarial en el sector hotelero de la zona 3 del Ecuador. Para ello se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo con un diseño de investigación relacional, la modalidad de investigación fue observacional, transversal – analítico; asimismo, la población consta de 21 hoteles. Como resultados, que las empresas deben colaborar con la comunidad y mucho más si su empresa está marchando bien, como una forma de agradecimiento de retribución a la sociedad y tener uno de los mejores reconocimientos que es de la sociedad; del mismo modo, el mejor reconocimiento que puede recibir cualquier empresa

es el que le da la comunidad por su buena gestión desempeña, por sus logros y por la participación que tiene con la comunidad. Del mismo modo, una de las limitaciones para implementar la Responsabilidad Social Empresarial es el incremento de costos de los bienes y servicios brindados por el hotel, pues muchas veces son el causante principal de no tener acogida y por ende no se pueden implementar los mismos.

En el estudio de Morales Ramos et al. (2020) en su artículo, tuvo objetivo determinar el nivel de percepción de Responsabilidad Social Empresarial en los clientes de Sodimac de Santa Anita. El diseño del presente trabajo corresponde a un estudio descriptivo no experimental de corte transversal. La muestra estuvo constituida por 79 clientes que compraron algún producto en la tienda. Se utilizó un instrumento de RSE, que consta de las dimensiones: responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidad ética y responsabilidad filantrópica, con una consistencia interna aceptable de $\alpha=0.929$ y un KMO de 0,6 (0,913) lo que indica que las correlaciones sobre los ítems tienen suficiente fuerza para extraer factores y a su vez determina que el instrumento es válido. Para obtener los resultados se aplicó estadística de medida central. En lo que corresponde a las características demográficas de los clientes se encontró, que en su mayoría son de género masculino y oscilan entre 31 y 35 años de edad. Tanto la responsabilidad social como sus dimensiones fueron percibidas en un nivel moderado, lo que implica que los clientes ven a la responsabilidad social empresarial como necesaria para mejorar el clima organizacional y ayudar en la construcción de una sociedad mejor; enfocándose de manera voluntaria en sus grupos de interés con acciones desinteresadas, en busca de un bien común.

Según (Castillo & Espinoza, 2017) en su artículo tuvo como objetivo, interpretar técnicas objetivas de la percepción de los propietarios, gerentes y técnicos de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sugiere sensibilizar y señalar hasta qué punto

pueden las empresas conocer y como qué dimensiones, sub – dimensiones e indicadores está familiarizada para alcanzar el triple resultado: Social, económico y ambiental. Concluye que Existen empresas en la muestra que podrían calificar como socialmente responsable por su alto nivel de responsabilidad social, se trata de encontrar los elementos teóricos y científicos que en el futuro sustente desde la academia, propuestas de programas de RSE. Las empresas no informan los resultados positivos a sus grupos de interés que se ejecutan en su beneficio, para que no se aprovechen en pedir obligatoriamente apoyo económico para proyectos y actividades de su entorno. Por lo tanto, es una tarea de la academia sensibilizar y formar a los actores en lo que respecta a concepto, alcance y beneficios de la RS, para que pueda ser vivida de mejor manera, y genere en el camino beneficios para todos, sobre todo para la empresa en la medida en que aporta a su sostenibilidad en el largo plazo (pág. 40).

Para la presente investigación se presenta el siguiente marco teórico para un mejor entendimiento del tema tratado, donde se comenzará con la primera variable:

Responsabilidad Social.

Para Schwalb & García (2017), Durante la primera mitad del siglo XX, se introdujo el concepto de responsabilidad social, pero fue en 1953 cuando Howard R. Bowen inició el estudio moderno al destacar la importancia de que las empresas consideren las implicaciones de sus decisiones en la sociedad. Desde entonces, la responsabilidad social ha experimentado tres etapas principales de evolución. En los años 60, se abordó desde una perspectiva filosófica. En los años 70, se enfatizó la necesidad de especificar las responsabilidades de las empresas y su integración en la gestión empresarial. En los años 80, se incorporó el discurso de responsabilidad social en la dirección estratégica mediante la teoría de los stakeholders (Páginas 29-30).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La responsabilidad social empresarial (RSE) es la responsabilidad que las empresas cumplen plenamente con las expectativas económicas, sociales y ambientales de todas las partes involucradas, tanto internas como externas. Esto implica demostrar respeto hacia la comunidad y el medio ambiente, y buscar contribuir al bienestar colectivo. Además, la RSE se puede definir como la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental.

Quiere decir que las mypes que están ubicadas en el porvenir, deben cumplir las expectativas económicas ambientales y sociales en todos sus niveles con la sociedad, con ello respaldar el bienestar colectivo, así mejorar su rentabilidad como mypes. Asimismo, las mypes del el porvenir que son objetivo de estudio, se medirá por dimensiones cada aspecto descrito en el presente marco teórico, para su respectiva descripción en la discusión.

Correcto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica que una empresa no solo cumpla con las leyes y regulaciones de la sociedad, sino que vaya más allá y asuma compromisos voluntarios en áreas como el medio ambiente, los derechos humanos, la ética y la transparencia, entre otros. El cumplimiento de las leyes y normas es una obligación legal básica que todas las empresas deben respetar y no es suficiente para considerar que una empresa es socialmente responsable. La RSE implica una visión más amplia y proactiva de la empresa en cuanto a su impacto social y ambiental.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la RSE es un conjunto de acciones que las empresas adoptan y ponen en marcha para que sus actividades tengan resultados positivos en la sociedad, tanto en sus procesos internos como en su relación con los demás.

Principios y materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial:
Norma ISO 26000 . La Norma ISO 26000 (2010), el impacto social y ambiental de las

actividades de una organización es una parte crítica al medir su desempeño en cuanto a la responsabilidad social empresarial (RSE). La norma ISO 26000 proporciona orientación sobre los principios y materias fundamentales de la RSE que pueden ayudar a las organizaciones a integrar un comportamiento socialmente responsable en sus operaciones diarias. Estos principios y materias fundamentales pueden aplicarse a organizaciones de cualquier tamaño y sector, tanto del sector privado como público o sin fines de lucro, independientemente del país en el que operen. La norma ISO 26000 se enfoca en la importancia de que las organizaciones consideren su impacto en la sociedad y el medio ambiente, así como en la promoción de valores éticos y la transparencia en su toma de decisiones.

a) Principios:

Principio N° 1.- La rendición de cuentas es un principio fundamental en la responsabilidad social empresarial (RSE) que implica que las organizaciones deben rendir cuentas a las autoridades competentes, a sus accionistas y a la sociedad en general por el impacto de sus actividades en la economía, la sociedad y el medio ambiente. Esto significa que las organizaciones deben ser transparentes y comunicar de manera clara y oportuna información relevante sobre su desempeño social y ambiental (Norma ISO 26000, 2010)

Principio N° 2.- la transparencia es otro principio fundamental de la responsabilidad social empresarial (RSE). Este principio establece que las organizaciones deben ser transparentes en el desarrollo de sus actividades que tengan impacto en la sociedad y el medio ambiente. Esto implica que las organizaciones deben mostrar de manera precisa, clara y completa la información sobre sus actividades, políticas y decisiones, incluyendo los impactos que estas pudieran tener en la sociedad y el medio ambiente (Norma ISO 26000, 2010)

Principio N° 3.- Correcto, el principio de organización en la responsabilidad social empresarial (RSE) establece que las organizaciones deben basar su comportamiento en valores de equidad, integridad y honestidad, los cuales conllevan el respeto por las personas y el medio ambiente. Esto implica que las organizaciones deben tener un compromiso activo para manejar el impacto que sus actividades y decisiones puedan tener en sus partes interesadas, incluyendo a sus empleados, clientes, proveedores, accionistas y las comunidades locales y el medio ambiente (Norma ISO 26000, 2010).

Las organizaciones que adoptan un enfoque de RSE deben ser conscientes de su impacto en la sociedad y el medio ambiente, y deben estar comprometidas a actuar de manera ética y responsable en todas sus operaciones. Esto incluye respetar los derechos humanos, prevenir la discriminación, garantizar la seguridad y salud de los trabajadores y minimizar el impacto ambiental de sus actividades (Norma ISO 26000, 2010).

Principio N° 4.- el principio de respeto a los intereses de las partes interesadas en la responsabilidad social empresarial (RSE) establece que las organizaciones deberían considerar, respetar y responder a los intereses de sus partes interesadas. Las partes interesadas incluyen a los empleados, clientes, proveedores, accionistas, comunidades locales y otros grupos que puedan verse afectados por las actividades de la organización (Norma ISO 26000, 2010).

Incluso si los objetivos de la organización se limitan a sus socios, dueños, clientes u otros individuos o grupos, la organización debe ser consciente de su impacto en las partes interesadas y trabajar para asegurarse de que se respeten sus derechos y se aborden sus preocupaciones. La organización también debe ser transparente en su comunicación con las partes interesadas y tener un diálogo abierto y constructivo con ellas. La consideración de los intereses de las partes interesadas es fundamental para el éxito a largo plazo de la organización. Al asegurarse de que se satisfagan las necesidades de las

partes interesadas, la organización puede construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes, mejorar la satisfacción y la productividad de sus empleados, y garantizar el apoyo y la colaboración de las comunidades locales y otros grupos interesados (Norma ISO 26000, 2010).

Principio N° 5.- principio de legalidad en la responsabilidad social empresarial (RSE) establece que las organizaciones deben aceptar el principio de legalidad de manera obligatoria. Este principio se refiere a la idea de que nadie está por encima de la ley y de que los gobiernos y las organizaciones también están sujetos a ella (Norma ISO 26000, 2010).

La ley establece los límites y las normas dentro de las cuales las organizaciones deben operar, y es responsabilidad de las empresas cumplir con las leyes y regulaciones aplicables en todas las áreas donde operan. El principio de legalidad exige que las organizaciones se sometan al marco jurídico y no hagan uso del poder de manera arbitraria o caprichosa (Norma ISO 26000, 2010).

Principio N° 6.- Respeto a la norma internacional de comportamiento: plantea que las Organizaciones deberían respetar las normas internacionales de comportamiento, así como acatar el principio de respeto de legalidad. Las organizaciones deberían esforzarse por respetar las normas internacionales aún, cuando las leyes no protejan los aspectos ambientales y sociales (Norma ISO 26000, 2010).

Principio N° 7.- Sí, el respeto a los derechos humanos es un principio fundamental de la responsabilidad social empresarial (RSE). Las organizaciones deben respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y universalidad, lo que implica tomar medidas para evitar cualquier violación de los derechos humanos en su actividad empresarial (Norma ISO 26000, 2010).

Las empresas tienen una responsabilidad directa en promover y proteger los derechos humanos en sus operaciones y en su cadena de suministro. Esto significa que deben asegurarse de que sus políticas, prácticas y decisiones no tengan un impacto negativo en los derechos humanos, y deben tomar medidas para remediar cualquier violación de los derechos humanos que se haya producido como resultado de sus actividades (Norma ISO 26000, 2010).

b) Materias fundamentales:

Materia fundamental I.- Gobernanza de la Organización: Este término se refiere al sistema a través del cual las organizaciones establecen y ejecutan decisiones con el fin de alcanzar sus objetivos. La estructura de gobierno corporativo puede variar según el tipo y tamaño de la organización, así como el contexto cultural, económico, social, ambiental y político en el que opera. El gobierno corporativo es el componente clave para integrar la responsabilidad social y permitir que una organización asuma la responsabilidad de los impactos generados por sus actividades y decisiones (Norma ISO 26000, 2010).

Materia fundamental II.- Derechos Humanos: Son los derechos básicos que le asisten a todo ser humano por el solo hecho serlo.

Existen dos categorías: i) Los derechos civiles y políticos; Existen dos categorías principales de derechos humanos. En primer lugar, los derechos civiles y políticos, que incluyen el derecho a la vida y la libertad, el derecho a la igualdad ante la ley y el derecho a la libertad de expresión. En segundo lugar, los derechos sociales, económicos y culturales, que engloban derechos como el derecho a la educación, el derecho a la salud, el derecho a la alimentación, el derecho al trabajo y el derecho a la seguridad social. Los Estados tienen la obligación y la responsabilidad de respetar, cumplir, proteger y garantizar el ejercicio de los derechos humanos. Asimismo, las organizaciones también

tienen la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluso en su esfera de influencia (Norma ISO 26000, 2010).

Materia fundamental III.- Prácticas laborales: Incluyen todas las políticas y prácticas relacionadas con el empleo en el contexto de las actividades de una organización. Estas prácticas laborales abarcan aspectos como reclutamiento y promoción de empleados, capacitación y desarrollo, salud, seguridad e higiene laboral, transferencia y desplazamiento de empleados, remuneración, terminación de la relación laboral, y cualquier política o práctica que afecte las condiciones de trabajo. Un principio fundamental es que el trabajo no debe ser tratado como una mercancía, lo cual significa que los trabajadores no deben ser considerados simplemente como un elemento de producción y no deben estar sujetos a las mismas condiciones de mercado que se aplican a los bienes. Tanto la Declaración Universal de Derechos Humanos como el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales enfatizan la importancia de proteger la vulnerabilidad de los trabajadores y garantizar sus derechos fundamentales (Norma ISO 26000, 2010).

Materia fundamental IV.- El medio ambiente: Las acciones y decisiones de las organizaciones tienen repercusiones en el medio ambiente, sin importar su ubicación geográfica. Estos impactos están relacionados con el uso de recursos, la contaminación, la generación de residuos y la localización de las actividades, entre otros aspectos. Con el fin de mitigar dichos impactos ambientales, las organizaciones deben adoptar un enfoque integrado que considere tanto las implicaciones directas como las indirectas de carácter social, económico y ambiental derivadas de sus decisiones y actividades (Norma ISO 26000, 2010).

Materia fundamental V.- Prácticas justas de operación: se refiere a la conducta ética de una organización en sus compromisos y relaciones con otras organizaciones. Esto

incluye las interacciones de la organización con agencias gubernamentales, así como con otros socios, contratistas, clientes, proveedores y diversas partes interesadas. Las organizaciones deben interactuar entre sí de manera íntegra, honesta y equitativa, asegurando así una competencia justa y respetando los derechos de propiedad (Norma ISO 26000, 2010).

Materia fundamental VI. - Asuntos de consumidores: Las organizaciones tienen la responsabilidad de cumplir con sus clientes y consumidores en relación con los productos y servicios que ofrecen. Estas responsabilidades incluyen proporcionar información precisa, imparcial, transparente y útil, fomentando el consumo sostenible y diseñando productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores. Las organizaciones tienen la oportunidad de contribuir al consumo y desarrollo sostenible a través de los productos y servicios que ofrecen, así como mediante la información que brindan. Esto implica considerar el ciclo de vida de los productos, la eficiencia en el uso de recursos, la reducción de residuos y emisiones, y la promoción de prácticas éticas en la cadena de suministro (Norma ISO 26000, 2010).

Materia fundamental VII.- Participación activa y desarrollo de la comunidad: La relación de las organizaciones con las comunidades en las que operan es de vital importancia. La participación activa de una organización con la comunidad contribuye al fortalecimiento de la sociedad civil y refleja valores democráticos y cívicos. Si bien algunas acciones pueden interpretarse como actos filantrópicos, es importante destacar que estas actividades por sí solas no cumplen con el objetivo de integrar plenamente la responsabilidad social en la organización (Norma ISO 26000, 2010).

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Según Cajiga (2010), La participación activa de una organización con la comunidad contribuye al fortalecimiento de la familia y manifiesta valores democráticos

y cívicos. Si bien algunas acciones pueden descifrar como actos filantrópicos, es importante destacar que estas actividades por sí solas no cumplen con el objetivo de integrar plenamente la responsabilidad social en la organización.

Las dimensiones permiten observar a la organización tanto interna como externamente y no sólo bajo la postura, de solo lograr beneficios económicos sino conseguir la integración con su entorno social y medio ambiental, convirtiéndose en un engranaje entre las acciones y resultados en las tres dimensiones, como respuesta a las demandas del entorno (Cajiga, 2010)

a) Dimensión Económica:

La responsabilidad interna se refiere a la generación y distribución equitativa del valor agregado entre los accionistas y los colaboradores de la organización. Esto implica que la empresa debe mantenerse en funcionamiento de manera sostenible, generando utilidades de manera justa y equitativa para todos los involucrados (Cajiga, 2010)

Se refiere a que todas las ganancias de la empresa, deben ser distribuidas de manera justa entre los propietarios de las mypes y sus colaboradores según ley, para que la rentabilidad de la empresa sea de manera sostenible, involucrando una mano de obra sostenible en el tiempo.

Por otro lado, la responsabilidad externa implica la producción y distribución de bienes y servicios que sean útiles y beneficiosos para la comunidad en general. Además, la empresa debe cumplir con sus obligaciones fiscales y contribuir al desarrollo económico de la región y el país donde opera (Cajiga, 2010)

b) Dimensión Social:

La responsabilidad interna se refiere a la responsabilidad cooperada entre la totalidad de colaboradores, y proveedores para promover y mejorar la calidad de vida en

el entorno laboral y fomentar el progreso personal y profesional de todos ellos. Las mypes de calzado del el porvenir deben fomentar que la calidad de vida de sus colaboradores sea mejor con el pasar del tiempo, con ello las familias de cada uno de sus colaboradores mejore día a día (Cajiga, 2010)

Por otro lado, la responsabilidad externa se refiere a las acciones y contribuciones que la empresa realiza para promover un entorno propicio para el desarrollo empresarial y el crecimiento de las comunidades en las que opera. Esto implica dedicar tiempo y recursos para apoyar iniciativas y proyectos que beneficien a la sociedad, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad (Cajiga, 2010)

Como gran ejemplo se puede mencionar a cocacola company, en la ciudad de Trujillo, específicamente en la comunidad de santa rosa, realizo la mejora de pistas y veredas de su entorno, con ello mejoro la calidad de vida de la población del entorno de la empresa.

c) Dimensión medio ambiental

La responsabilidad interna abarca la responsabilidad de la empresa con respecto a su impacto ambiental en sus procesos, productos y servicios. Esto implica tomar medidas para reducir, prevenir y remediar cualquier daño ambiental causado por la organización. La empresa debe implementar prácticas sostenibles y adoptar tecnologías y procesos que minimicen su huella ambiental (Cajiga, 2010)

La responsabilidad interna se refiere a la gestión y mitigación del impacto ambiental interno de la empresa, mientras que la responsabilidad externa implica contribuir activamente a la protección y mejora del medio ambiente en general. Ambas dimensiones son fundamentales para promover la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente en el ámbito empresarial (Cajiga, 2010).

Ejes estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial

Cajiga (2010), considera cuatro ejes estratégicos fundamentales que explican y promueven la RSE en toda actividad de la empresa, pudiendo variar de una empresa a otra.

a) Ética y gobernabilidad empresarial. De acuerdo a los elementos que orientan la toma de decisiones y la forma en que se debe dirigir el negocio, actuar éticamente y practicar los valores va a ayudar solucionar las controversias que se presentan. Sus rasgos son: misión, visión, valores, código de conducta y legalidad (Cajiga, 2010).

b) Calidad de vida; La empresa debe proporcionar un ambiente de trabajo seguro, favorable, participativo, estimulante, creativo y no discriminatorio. Allí, todos los miembros interactúan sobre la base de una honestidad y un respeto inquebrantables, fomentando el crecimiento profesional y personal y contribuyendo a una mejor calidad de vida. A cambio, recibe beneficios como la eficiencia individual y colectiva. Sus características son la diversidad y la seguridad en el empleo, las condiciones de trabajo, la conciliación de la vida laboral y familiar, la educación y la formación (Cajiga, 2010).

c) Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo. La empresa debe entender y fomentar el compromiso y responsabilidad con la comunidad donde desarrolla sus actividades; así mismo identificar las necesidades de la comunidad, propiciar el involucramiento de los integrantes de la comunidad, impulsar la sinergia entre sectores para mejorar los resultados. Sus rasgos son: grupos de interés, políticas y procedimientos, inversión social, desarrollo de proveedores, balance social, mercadotecnia responsable, voluntariado corporativo y alianzas (Cajiga, 2010).

d) Cuidado y preservación del medio ambiente.

la empresa debe instituir y conservar un marco legal que ayude a promover además del crecimiento económico, la protección del ambiental. Así mismo, la empresa, independientemente de cumplir con las normas legales aplicables a su sector, debe promover modelos de autorregulación e iniciativas voluntarias que ayuden a mejorar tanto su desempeño ambiental como el desempeño de la cadena de valor de la que es partícipe. Lo anterior debe reflejarse en indicadores que evidencien el compromiso de la empresa (Cajiga, 2010).

Entonces con lo expuesto se puede manifestar que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) engloba la integración voluntaria de preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y relaciones corporativas. Desde la perspectiva teórica, la RSE desafía el paradigma tradicional de maximización de ganancias al abogar por un enfoque más holístico que considera el impacto ético y social de las acciones empresariales. Este enfoque se materializa a través de diversos métodos, como la implementación de políticas internas, participación en iniciativas externas y adopción de estándares y certificaciones de RSE. La ética empresarial constituye un pilar fundamental, garantizando que las empresas actúen con integridad y respeto hacia sus empleados, clientes y comunidades. Los beneficios de la RSE son múltiples, incluyendo una mejor reputación de marca, mayor lealtad del cliente y atracción de talento, entre otros, lo que refleja su importancia creciente en el panorama empresarial global.

Crecimiento empresarial

Según Hoffman, R., & Yeh, C. (2018) presenta el concepto de "blitzscaling" como un enfoque estratégico que prioriza el crecimiento rápido sobre la optimización inicial y la eficiencia operativa. Argumenta que, en entornos altamente competitivos y en mercados dinámicos, la velocidad de expansión puede ser un factor determinante para el éxito a largo plazo de una empresa. Al citar numerosos ejemplos de empresas líderes en

tecnología que han adoptado este enfoque, Hoffman sostiene que el blitzscaling puede ser una estrategia efectiva para capturar rápidamente cuotas de mercado significativas y establecer una ventaja competitiva sostenible (Hoffman, & Yeh, 2018).

Hoffman no pasa por alto los desafíos y riesgos asociados con el blitzscaling, reconociendo que este enfoque puede llevar a decisiones arriesgadas, errores costosos y dificultades organizativas. Sin embargo, sostiene que las recompensas potenciales, como la oportunidad de convertirse en líder del mercado y de construir una marca sólida desde el principio, pueden justificar estos riesgos. Además, destaca que el blitzscaling no es adecuado para todas las empresas o contextos, sino que es más apropiado para aquellas que operan en industrias altamente dinámicas y tienen la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado (Hoffman, & Yeh, 2018).

Para implementar eficazmente el blitzscaling, Hoffman ofrece una serie de estrategias y tácticas prácticas, incluyendo la importancia de reclutar talento excepcional, construir una cultura empresarial ágil y buscar inversiones estratégicas que respalden el crecimiento acelerado. En última instancia, su mensaje es claro: en un mundo caracterizado por la rápida evolución tecnológica y la intensa competencia, el blitzscaling puede ser una herramienta poderosa para las empresas que buscan establecerse como líderes del mercado y alcanzar un crecimiento empresarial significativo a largo plazo. Teoría de Crecimiento empresarial (Hoffman, & Yeh, 2018).

Enfoque contingente o teoría de las contingencias.

Lawrence y Lorsch (1967), máximos exponentes de la teoría del enfoque contingente, ofrecen argumentos claros que explican el crecimiento de la empresa.

La mejor forma de organizar depende de la naturaleza del entorno con el que se interactúa, según destaca este enfoque que resalta la importancia e influencia del entorno

sobre la estructura organizacional. (Menguzzato y Renau, 1911). Sugiere que no existe una única forma óptima de organizar y que cualquier forma de organización no es igualmente eficiente. Esta perspectiva resalta que la eficiencia organizacional está determinada por la interacción con el entorno y que la mejor forma de organizar es aquella que se adapta y responde de manera efectiva a las características y demandas del entorno en el que opera la organización.. Estas proposiciones sugieren que los planteamientos universalistas, que son respaldados por muchos otros autores y que se aplican a cualquier contexto de organización y su entorno, no son válidos según esta teoría.

En consecuencia, se argumenta que la estrategia de crecimiento de la empresa debe guiar la configuración de su estructura organizativa. Si la empresa decide diversificarse, es decir, expandirse hacia nuevos productos o mercados, se requiere una adaptación en la estructura organizativa para gestionar eficientemente estas nuevas unidades o divisiones (Rodríguez, D & Martínez, J., 2011, p. 134). Esto implica establecer departamentos o divisiones especializados y descentralizados, lo cual permite una mayor autonomía y agilidad en la toma de decisiones.

La relación entre estrategia y estructura organizativa ha sido objeto de investigación para comprender cómo la elección estratégica influye en la configuración de la organización y cómo esta a su vez afecta la implementación de la estrategia de crecimiento. Se sostiene que la estrategia de crecimiento de la empresa y su estructura organizativa están estrechamente relacionadas, siendo crucial adaptar la estructura a la estrategia para lograr una implementación eficiente. Esta área ha sido ampliamente investigada con el objetivo de establecer modelos que expliquen esta relación y orienten el diseño organizativo en función de la estrategia empresarial.

Según Canals (2000), Correcto, la expansión a nuevos mercados y clientes es una forma común de crecimiento empresarial, ya que permite a la empresa aumentar su base

de clientes y ventas. También puede ayudar a diversificar los riesgos y aprovechar oportunidades en mercados emergentes. Además, la expansión geográfica puede permitir a la empresa acceder a nuevos recursos, tecnologías y talentos, y mejorar su posición competitiva en el mercado global.

Además, se menciona que existen variables externas que no pueden ser controladas por la empresa, como el impacto ambiental, lo que sugiere la importancia de considerar el impacto social y ambiental de las operaciones empresariales. En general, esta definición reconoce la complejidad y multidimensionalidad del crecimiento empresarial y la necesidad de un enfoque integral y sostenible para lograr resultados positivos a largo plazo. (todo lo referente al medio ambiente) (Citado por Aguilera & Puerto, 2012, p. 1415).

Factores del crecimiento empresarial

Blázquez; Dorta y Verona (2006), señalan que el crecimiento de las empresas depende de una variedad de factores internos y externos. Por lo tanto, es importante analizar estos factores para explicar por qué la gestión empresarial puede adoptar el crecimiento como estrategia para contribuir a una mayor competitividad y una mejor posición en los mercados en los que opera la empresa.

a) Factores internos

Muchas veces resulta difícil determinar aquellos factores que promueven o condicionan el crecimiento de la empresa, más aún cuando el punto de partida se centra en los aquellos factores que desde el ambiente interno pueden generar potencialidades que impulsen dicho crecimiento. Sin embargo, en los últimos años han tomado fuerza nuevas tendencias cuyo análisis se ha centrado en el estudio de los factores internos que ayudan a explicar el posicionamiento que determinadas empresas han alcanzado con el

tiempo. En consecuencia, se toman como factores internos que promueven el crecimiento, los siguientes:

- La motivación.
- La edad y el tamaño de la empresa.
- La gestión del conocimiento.
- La estructura de propiedad.

b) Factores externos

Cuando se habla factores externos que impulsan el crecimiento de la empresa, se habla de factores sociales, económicos, políticos y tecnológicos, los cuales pueden influir de forma evidente en la toma de decisiones; estos factores se pueden concentrar de la siguiente manera:

Factores externos relativos al entorno sectorial, entre los que se encuentran:
Clientes, competidores, proveedores.

Factores externos de nivel superior o macro entorno, entre los que se encuentran:
La demanda, la accesibilidad a créditos privados, las mejoras tecnológicas, el apoyo gubernamental.

La MYPE en el Perú

- Definición y distintivos de la MYPE

La Ley 28015 (2003) define a la MYPE de la siguiente manera:

La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica constituida por personas naturales o jurídicas en la forma de organizaciones o personas jurídicas definidas por la presente legislación, cuyo objeto es realizar las actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando la Ley se

refiere a la sigla MYPE, se refiere a las microempresas y pequeñas empresas que, a pesar de su singular tamaño y características, reciben el mismo tratamiento bajo esta Ley, con excepción de las normas laborales aplicables a las microempresas. (art. 2).

El Decreto Legislativo N° 1086 tiene como objetivo promover la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas, con el fin de ampliar su mercado tanto a nivel interno como externo. Esta medida se enmarca dentro del proceso de promoción del empleo, la inclusión social y la formalización de la economía, con el objetivo de garantizar el acceso progresivo al empleo en condiciones dignas y suficientes. En resumen, el Decreto Legislativo busca impulsar el crecimiento y fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas, fomentando su participación en el mercado y contribuyendo a la generación de empleo de calidad.

El Decreto Legislativo N° 1086 (2008), el cual modifica el artículo 3° de la ley 28015, establece que la MYPE debe reunir las siguientes

características:

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: de uno (1) hasta diez (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades

Impositivas Tributarias (UIT) (art. 2).

Así mismo el Decreto Supremo N° 013 (2013), establece lo siguiente: Las empresas micro y pequeñas y medianas deben colocarse en una de estas categorías de negocios y establecer de acuerdo con su nivel de ventas anual:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT (art.5).

1.2. Formulación del problema

¿Cómo se relaciona la Responsabilidad Social Empresarial con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023?

1.3. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.

Objetivos específicos.

- Establecer si la Dimensión Social de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.
- Definir si la Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.
- Determinar si la Dimensión Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.

1.4. Hipótesis

Hipótesis General:

- La Responsabilidad Social Empresarial tiene una relación positiva con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.

Hipótesis Específicas:

- La Dimensión Social de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo – 2023.
- La Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.
- La Dimensión Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Población, muestra y unidad de análisis

Población

La población estuvo constituida por las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023, para lo cual se ha tomado datos según registros de la SUNAT, en donde se encuentran registradas un total de 3,466 MYPES, las que constituirán nuestra población.

Muestra

Para la selección del tamaño de la muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

En donde:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)e^2 + z^2pq}$$

n = tamaño de la muestra

N = población: 3466 mypes

Z = representa las unidades de desviación estándar: coeficiente del área de la curva (1.96).

Pyq = Representan los porcentajes de ocurrencia de un suceso, donde su suma es 100 %: P= 70% y q= 30%.

E = Representa el nivel de error de la estimación: 5%.

Luego, reemplazando los datos en la ecuación anterior se obtuvo una muestra de 347 MYPES a encuestar.

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión:

- Registro en la SUNAT como MYPES: Las empresas debían estar registradas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) como Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) fabricantes de calzado en el distrito del Porvenir, Trujillo, durante el año 2023.
- Actividad principal de fabricación de calzado: Las empresas debían tener como actividad principal la fabricación de calzado.
- Ubicación geográfica: Las empresas debían estar físicamente ubicadas en el distrito del Porvenir, Trujillo.
- Ventas dentro del rango de MYPES: El nivel de ventas anuales de las empresas debía estar dentro del rango establecido para las MYPES según la normativa local.

Criterios de Exclusión:

- Empresas inactivas o en proceso de cierre: Se excluían las empresas que se encontraban inactivas o en proceso de cierre según los registros de la SUNAT.
- Empresas con actividad secundaria o diversificada: Se excluían las empresas cuya actividad principal no fuera la fabricación de calzado, aunque estuvieran registradas como MYPES fabricantes de calzado.
- Ventas fuera del rango de MYPES: Se excluían las empresas cuyas ventas anuales excedieran el límite superior establecido para las MYPES, ya que no cumplirían con los criterios de tamaño definidos para este estudio.

Estos criterios de inclusión y exclusión se establecieron para asegurar que la muestra seleccionada fuera representativa del grupo objetivo de MYPES fabricantes de calzado en el distrito del Porvenir, Trujillo, durante el año 2023, y que los resultados obtenidos fueran válidos y aplicables al contexto de estudio.

Técnicas e instrumentos de recopilación de información

- Encuesta: Para la investigación se utilizó un cuestionario de escala Likert de 24 preguntas para identificar las variables en estudio.

- Análisis documental: Para la investigación se hizo uso de un conjunto de datos bibliográficos recopilados, información del estado y de particulares, libros, estudios previos, tesis y otros documentos sobre este tema.

- Técnicas para el procesamiento y análisis de la información: para el procesamiento de información los resultados se analizan e interpretan con el apoyo del programa Excel y el software SPSS, se explican con tablas y diagramas y se brindan las explicaciones correspondientes.

Unidad de análisis: Está constituida por las MYPES que desarrollan sus actividades en el ámbito del distrito del porvenir, Trujillo – 2023.

Procedimientos

En la primera fase, se tuvo como enfoque plantear el tema de investigación, para la cual se buscó y revisó diversas bibliografías, libros, tesis, investigaciones de grados anteriores, indagación en diversas paginas académicas y confiables tales como: Google académico Redalyc., entre otras páginas para reforzar el tema de investiagacion con un marco teorico y antecedentes de gran relevancia. Posterior a ello, se definió el tema de investigación basándonos a temas que guarden

relación con la carrera. En la cual se utilizó dos variables las cuales fueron: responsabilidad social empresarial y crecimiento empresarial, después se definió el objetivo general y específica de la investigación basándonos en las dimensiones de cada variable de investigación.

En la Segunda fase, se realizó la investigación teórica para la fundamentación adecuada y poder llevar a cabo nuestra investigación, así mismo dar respuesta a cada objetivo de la investigación.

En la tercera parte: se desarrolló el marco metodológico, parte fundamental para el desarrollo de la investigación, en esta fase se concluyó el diseño y el tipo de investigación, así también como la unidad de análisis y estudio, además se definió la población y muestra.

Por otro lado, también se elaboró el instrumento para la recolección de los datos, la cual tuvo la validación por expertos respectivamente. Además, en esta fase se seleccionó el sector empresarial la cual nos permitió nuestro tema de investigación, la misma que representó la unidad de estudio, siendo en este caso las pymes de calzado del porvenir la cual pertenece al rubro industrial, en esta fase pudimos dialogar con los colaboradores que conformaban parte de la muestra de la investigación, y de esta manera se aplicó el cuestionario que fue validado por expertos.

En la cuarta fase, con los resultados conseguidos se elaboró la matriz de datos y posteriormente se procedió al proceso estadístico donde se procesó por el SPSS y Excel, donde fue presentado en tablas y figuras descriptivas.

Diseño de la investigación

El estudio se realizó mediante una investigación de tipo no experimental (descriptivo-correlacional) dado que no es una manipulación deliberada de variables, el objetivo es recopilar datos y analizar variables a lo largo del tiempo.

- Descriptivo: porque se basa en la observación y descripción del comportamiento de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023, sin tener ningún tipo de influencia sobre ellas, buscando identificar el grado de responsabilidad social empresarial que puede existir en ellas.

- Correlacional: porque tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre las dos variables objeto de estudio (responsabilidad social empresarial y crecimiento empresarial), en un contexto en particular.

- Método de investigación

En el presente estudio se emplearon los siguientes métodos:

Método inductivo–deductivo:

Este método permitió generalizar los datos empíricos obtenidos y posteriormente deducir las consecuencias lógicas del problema materia de estudio.

- Justificación científica.

El trabajo de investigación actual contribuye al desarrollo de las ciencias económicas porque tiene una nueva experiencia para utilizar bases teóricas que ayudarán a explorar la responsabilidad social de las MYPES.

- Justificación técnica – práctica.

Los aportes del presente trabajo de investigación brinda una oportunidad para crear un marco de referencia que amplíe la visión de la gestión de la RSE en el ámbito de

las MYPES y además servirá de base para orientar a las MYPES a crear una ventaja competitiva para el crecimiento sostenible en el mercado.

- Justificación institucional y personal.

El estudio ampliará el conocimiento de RSE dentro de las MYPES con el objetivo de asesorar a los emprendedores y contribuir al desarrollo de sus negocios y/o empresas, lo que a su vez puede servir de base para otros estudios con variables similares.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

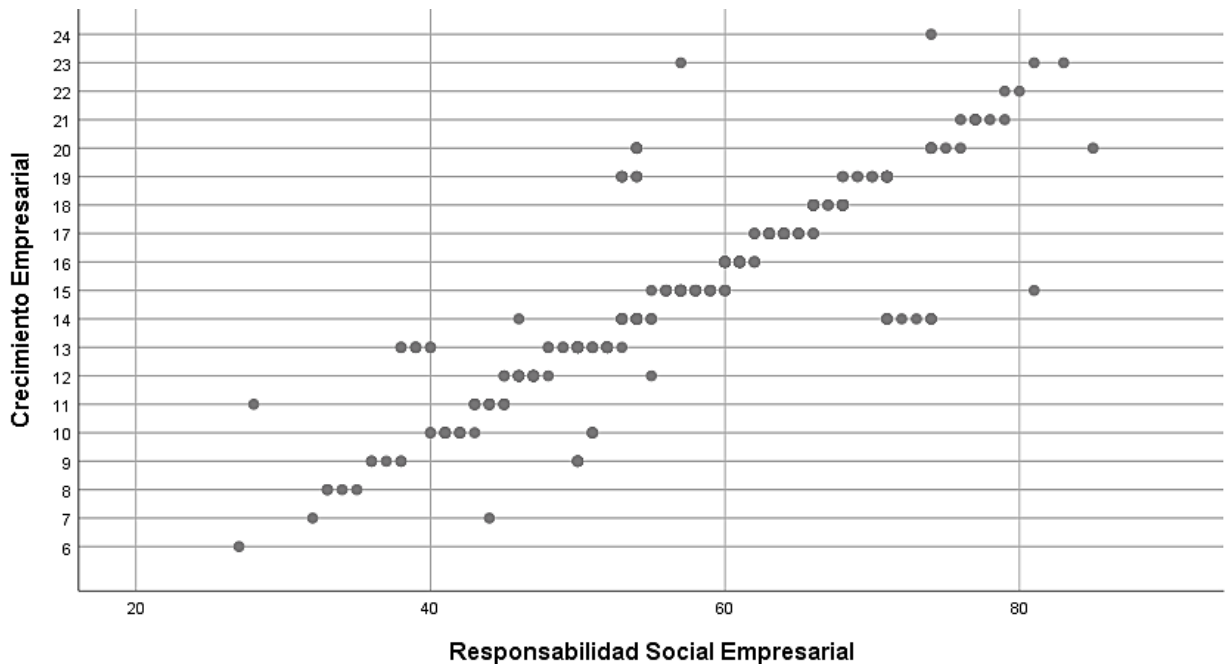
Tabla 1

Relacion de la Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial

		Responsabilidad Social Empresarial	Crecimiento Empresarial
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	1	,842
	Sig. (bilateral)		,000
	N	347	347
Crecimiento Empresarial	Correlación de Pearson	,842	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	347	347

Figura 1

Gráfico de Dispersión de Puntos de la Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial



En la Tabla 1 así como en la Figura 1 se desarrolló el análisis de correlación por coeficiente de Pearson de la Responsabilidad Social Empresarial y Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es

de 0.842 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%.

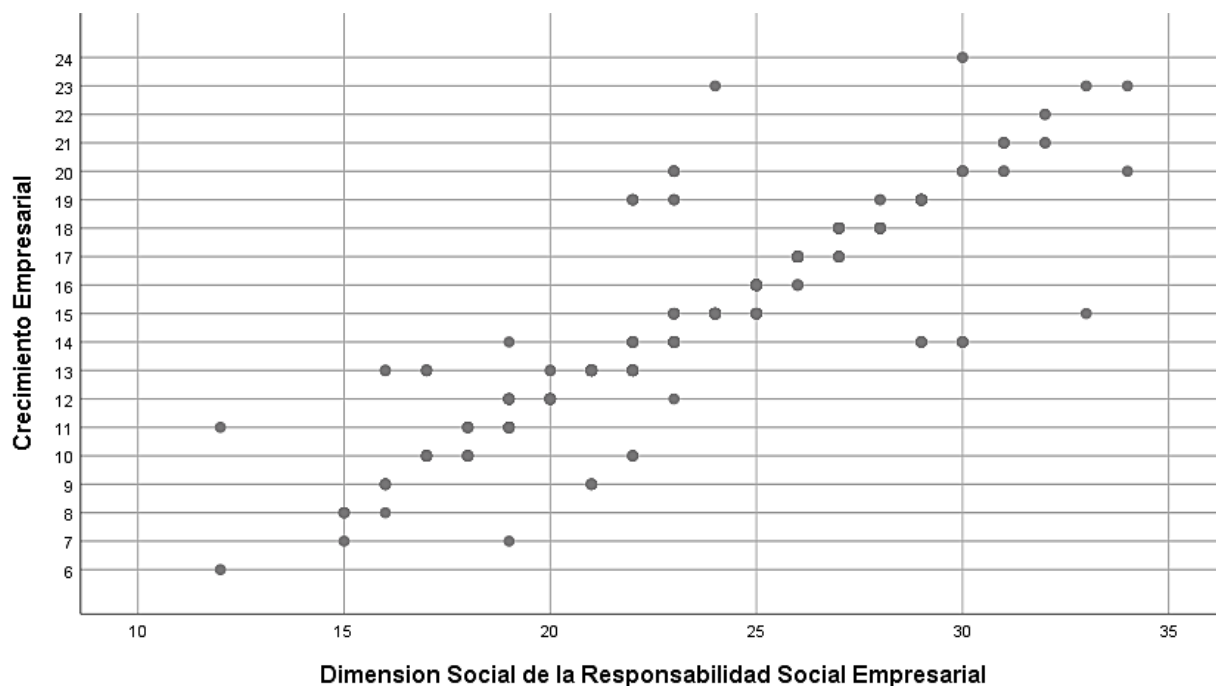
Tabla 2

Relacion de la Dimensión Social y el Crecimiento Empresarial

		Dimensión Social de la Responsabilidad Social Empresarial	Crecimiento Empresarial
Dimensión Social de la Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	1	,839
	Sig. (bilateral)		,000
	N	347	347
Crecimiento Empresarial	Correlación de Pearson	,839	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	347	347

Figura 2

Gráfico de Dispersión de Puntos de la Dimensión Social y el Crecimiento Empresarial



En la Tabla 2 así como en la Figura 2 se desarrolló el análisis de correlación por coeficiente de Pearson de la dimensión Social de la Responsabilidad Social Empresarial y la variable Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que

el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.839 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%.

Tabla 3

Tabla Cruzada de la Dimensión Social y el Crecimiento Empresarial

		Crecimiento Empresarial			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión Social	Malo	6	19	51	76
	Regular	10	79	178	267
	Bueno	0	1	3	4
Total		16	99	232	347

Fuente: Instrumentos de Recolección

En la Tabla 3 se encuentran resumidos los datos de las Variables Crecimiento Empresarial y la Dimensión Social de la Responsabilidad Social en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 1.7% (6 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Social, el 5.5% (19 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Social, el 14.7% (51 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Social, el 2.9% (10 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Social, el 22.8% (79 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Social, el 51.3% (178 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Social, el 0.9% (3 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Social y

el 0.3% (1 trabajador) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el

Crecimiento Empresarial y Buena la Dimensión Social

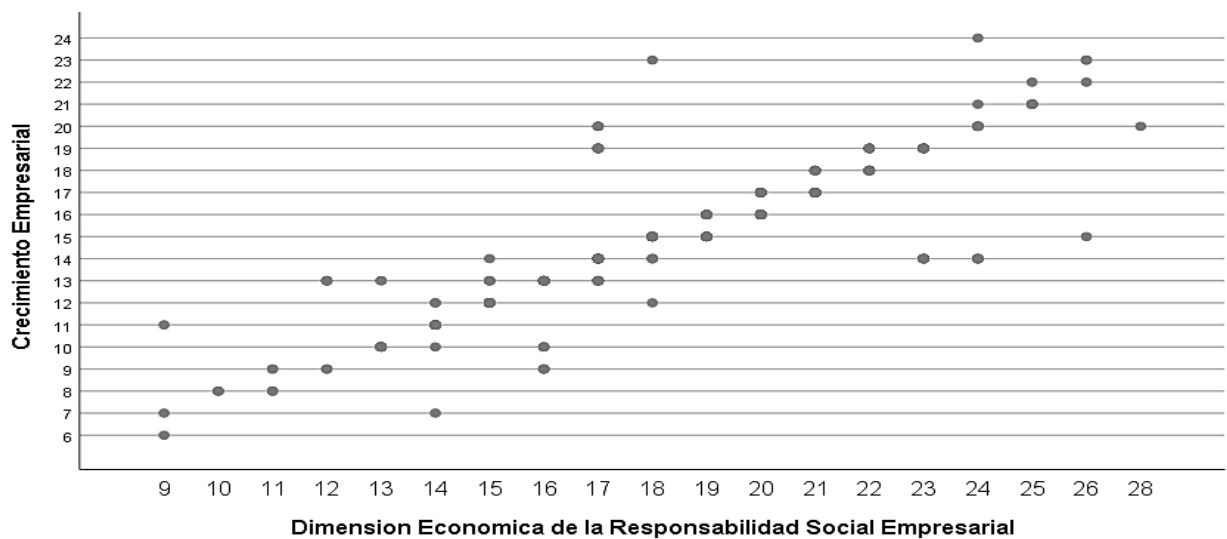
Tabla 4

Relacion de la Dimensión Económica y el Crecimiento Empresarial

		Dimensión Económica de la Responsabilidad Social Empresarial	Crecimiento Empresarial
Dimensión Económica de la Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	1	,834
	Sig. (bilateral)		,000
	N	347	347
Crecimiento Empresarial	Correlación de Pearson	,834	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	347	347

Figura 3

Gráfico de Dispersión de Puntos de la Dimensión Económica y el Crecimiento Empresarial



En la Tabla 4 así como en la Figura 3 se desarrolló el análisis de correlación por coeficiente de Pearson de la dimensión Económica de la Responsabilidad Social Empresarial y la variable Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.834 afirmando que las variables se

asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%.

Tabla 5

Tabla Cruzada de la Dimensión Económica y el Crecimiento Empresarial

		Crecimiento Empresarial			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Dimensión Económica	Malo	3	9	35	47
	Regular	8	83	167	258
	Bueno	5	7	30	42
Total		16	99	232	347

Fuente: Instrumentos de Recolección

En la Tabla 5 se encuentran los datos de la Variable Crecimiento Empresarial y la Dimensión Económica de la Responsabilidad Social Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 0.9% (3 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Económica, el 2.6% (9 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Económica, el 10.1% (35 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Económica, el 2.3% (8 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Económica, el 23.9% (83 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Económica, el 51.3% (178 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Económica, el 48.1% (167 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Económica, el 1.4% (5

trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo el Crecimiento Empresarial y Buena la Dimensión Económica, el 2% (7 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Buena la Dimensión Económica y el 8.6% (30 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Buena la Dimensión Económica.

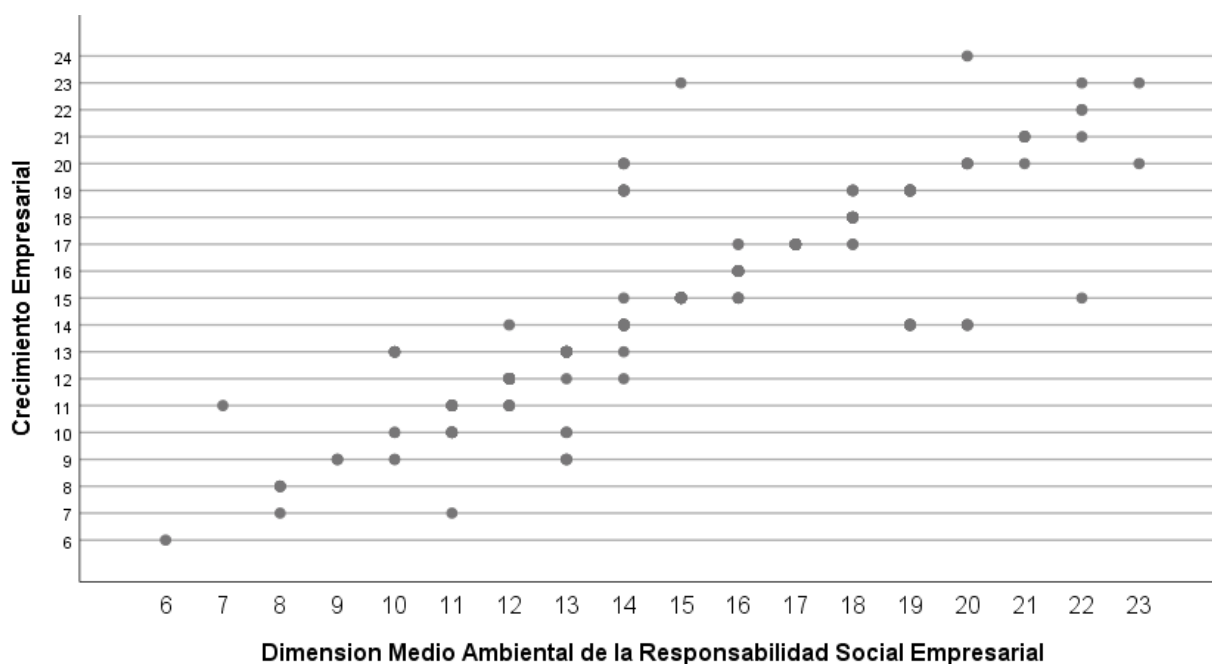
Tabla 6

Relacion de la Dimensión Medio Ambiental y el Crecimiento Empresarial

		Dimensión Medio Ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial	Crecimiento Empresarial
Dimensión Medio Ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	1	,845
	Sig. (bilateral)		,000
	N	347	347
Crecimiento Empresarial	Correlación de Pearson	,845	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	347	347

Figura 4

Gráfico de Dispersión de Puntos de la Dimensión Medio Ambiental y el Crecimiento Empresarial



En la Tabla 6 así como en la Figura 4 se desarrolló el análisis de correlación por coeficiente de Pearson de la dimensión Medio Ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial y la variable Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.845 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%.

Tabla 7

Tabla Cruzada de la Dimensión Medio Ambiental y el Crecimiento Empresarial

		Crecimiento Empresarial			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Medio Ambiental	Malo	0	22	19	41
	Regular	11	58	158	227
	Bueno	5	19	55	79
Total		16	99	232	347

Fuente: Instrumentos de Recolección

En la Tabla 7 se encuentran los datos resumidos para la Variable Crecimiento Empresarial y la Dimensión Medio Ambiental de la

Responsabilidad Social Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 6.3% (22 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Medio Ambiente, el 5.5% (19 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Medio Ambiente, el 3.2% (11 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Medio Ambiente, el 16.7% (58 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Medio Ambiente, el 45.5% (158 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Regular la Dimensión Medio Ambiente, el 1.4% (5 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Mala la Dimensión Medio Ambiente, el 5.5% (19 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Regular el Crecimiento Empresarial y Buena la Dimensión Medio Ambiente y el 15.9% (55 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Bueno el Crecimiento Empresarial y Buena la Dimensión Medio Ambiente.

Tabla 8

Análisis de la Dimensión Social de la Responsabilidad Social Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	76	21,9	21,9	21,9

Regular	267	76,9	76,9	98,8
Bueno	4	1,2	1,2	100,0
Total	347	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos (Encuesta)

En la Tabla 8 se encuentran resumidos los datos recolectados por la encuesta, en el cual se mide la Dimensión Social de la Variable Responsabilidad Social Empresarial en los trabajadores de las MYPES fabricantes de Calzado de El Porvenir; hallándose que el 21.9% (76 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Mala, el 76.9% (267 trabajadores) de los mismos alcanzan el puntaje para considera que es Regular y solo el 1.2% (4 colaboradores) alcanzan el puntaje para considerar Bueno la Dimensión Social de la Variable Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 9

Análisis de la Dimensión Economía de la Responsabilidad Social Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	47	13,5	13,5	13,5
	Regular	258	74,4	74,4	87,9
	Bueno	42	12,1	12,1	100,0
	Total	347	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

En la Tabla 9 se encuentran resumidos el análisis de la Dimensión de Economía de la variable Responsabilidad Social Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 13.5% (47 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo, el 74.4% (258 trabajadores) alcanzan el puntaje para considera que es Regular y el 12.1% (42 trabajadores) alcanzan el puntaje

para considera que es Buena en función de la Economía de la Variable Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 10

Análisis de la dimensión Medio Ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	41	11,8	11,8	11,8
	Regular	227	65,4	65,4	77,2
	Bueno	79	22,8	22,8	100,0
	Total	347	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

En la Tabla 10 se encuentran resumidos el análisis de la Dimensión de Medio Ambiental de la variable Responsabilidad Social Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 11.8% (41 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo, el 65.4% (227 trabajadores) alcanzan el puntaje para considera que es Regular y el 22.8% (79 trabajadores) alcanzan el puntaje para considerar que es Buena en función del Medio Ambiente de la Variable Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 11

Análisis de Dimensión Económica del Crecimiento Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	83	23,9	23,9	23,9
	Regular	170	49,0	49,0	72,9
	Bueno	94	27,1	27,1	100,0
	Total	347	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

En la Tabla 11 se encuentran resumidos el análisis de la Dimensión de Económica de la variable Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 23.9% (83 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo, el 49% (170 trabajadores) alcanzan el puntaje para considera que es Regular y el 27.1% (94 trabajadores) alcanzan el puntaje para considera que es Buena en función de la Dimensión Económica de la Variable Crecimiento Empresarial.

Tabla 12

Análisis de Dimensión de Patrimonio del Crecimiento Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	95	27,4	27,4	27,4
	Regular	198	57,1	57,1	84,4
	Bueno	54	15,6	15,6	100,0
	Total	347	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos

En la Tabla 12 se encuentran resumidos el análisis de la Dimensión de Patrimonio de la variable Crecimiento Empresarial en los Trabajadores de las MYPES que se dedican a la fabricación de calzado de El Porvenir, hallándose que el 27.4% (95 trabajadores) alcanzan el puntaje para indicar que es Malo, el 57.1% (198 trabajadores) alcanzan el puntaje para considerar que es Regular y el 15.6% (54 trabajadores) alcanzan el puntaje para considera que es Buena en función de la Dimensión Patrimonio de la Variable Crecimiento Empresarial.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Al determinar si Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo – 2023 se pudo encontrar que mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman) se manifiesta en la tabla 12, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.842 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Esto quiere decir que la RSE juega un rol exclusivo para convertirse competitivo para las organizaciones y uno de los aspectos en que tienen que apoyar a las empresas. Por lo tanto, se acepta hipótesis nula, la Responsabilidad Social Empresarial no se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. estos resultados son contrastados con los expuestos por, Azuero et al. (2022) Los resultados indican que el grupo de interés que mayor cantidad de prácticas percibe por parte de las PYMES analizadas son los empleados y que la dimensión de RSE que más prácticas tienen es la ético-legal. Por último, se halla que múltiples prácticas van dirigidas a dos o más grupos de interés lo que permite una optimización de recursos y un mejor alcance por práctica de RSE aplicada en las PYMES. asimismo, Morales et al. (2017) Llegaron a la conclusión, Los datos empleados para el análisis corresponden a indicadores producción, ventas y capacidad instalada medidos a partir de las cuentas de los estados financieros de las empresas. Por otro lado, la supervivencia considera indicadores edad y tamaño inicial de las empresas, Mediante un análisis estadístico de correlación, regresión lineal múltiple y anova, se evidencia una alta y positiva correlación entre las ventas y producción empresarial con la supervivencia de las firmas para los casos estudiados, del mismo modo, Azuero & David (2022) Los resultados se obtuvieron a través de las encuestas realizados al personal de la empresa Roads Networks, se concluye que la

empresa para tener competitividad adecuada necesariamente tiene que implementar estrategias de crecimiento que le permita ser competitivo. Además por, Aguilera y Puerto (2015) expone que los intermediarios han impulsado en la asociación empresarial el nivel de crecimiento atendiendo los factores sociales que permite estimular responsablemente el posicionamiento de la marca, restaurando el aspecto corporativo, aprehendiendo la prioridad y el pundonor de los usuarios he incoando la especial consonancia entre la compañía y la agrupación donde trabaja. Logrando ostentar responsablemente el crecimiento empresarial, valorando el interés que tiene los avances estratégicos y a su vez absorba espontáneamente el aspecto social y moralista. En tal sentido a lo mencionado, se puede decir que la responsabilidad social empresarial va conjuntamente de la mano con el crecimiento empresarial, en un marco de apoyo social las mypes se desarrollan a la vanguardia y sostenible en el tiempo.

Al determinar si la Dimensión Social de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Se pudo encontrar mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman) se manifiesta en la tabla 7, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.839 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Esto quiere decir que en las mypes deben compartir entre todos sus miembros para el cuidado y mejora de la calidad de vida en el trabajo, a fin de desarrollar con tiempo y medios para la creación de condiciones para el crecimiento del espíritu empresarial. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, la dimensión Social de la RSE, si se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Estos resultados se contrastan con los mencionados por, Según Barragán et al. (2022) los cuales indican aspectos como sistemas de recompensas a colaboradores, construcción de espacios dirigidos a aumentar la calidad

de vida donde se promueva la responsabilidad social empresarial, considerando los efectos de sus acciones en sus grupos de interés. Finalmente se concluye que estas acciones requieren de una articulación permanente entre distintos grupos de interés para su consolidación. asimismo, cuenca (2022) Los resultados obtenidos indican que, al menos en teoría, el 100% de las empresas conocen la RSE y que el 66% cree que sí permite mejorar su posicionamiento. Sin embargo, no todas trabajan conforme la RSE, y según los resultados, el principal obstáculo sería la falta de conocimiento sobre la RSE y sus beneficios, al igual que la ausencia de regulaciones por parte del estado. Las acciones relacionadas a la RSE que estas empresas comúnmente realizan son el reciclaje y la transparencia con los consumidores. Además, Morales Ramos et al. (2020) Tanto la responsabilidad social como sus dimensiones fueron percibidas en un nivel moderado, lo que implica que los clientes ven a la responsabilidad social empresarial como necesaria para mejorar el clima organizacional y ayudar en la construcción de una sociedad mejor; enfocándose de manera voluntaria en sus grupos de interés con acciones desinteresadas, en busca de un bien común. En síntesis, a lo mencionado, se puede decir que las mypes deben compartir entre todos los miembros involucrados en sus labores sean externos como internos, con el objetivo de hacer sostenible el crecimiento económico para ambas partes, con la mayor retribución rentable.

Al determinar si la Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. se pudo encontrar mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman) se manifiesta en la tabla 9, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.834 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Esto quiere decir, que en las mypes la generación y distribución del valor agregado, la producción, distribución de bienes y servicios útiles

debe ser beneficiosos para los colaboradores y comunidad. Por lo tanto, rechaza hipótesis nula porque la Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. estos resultados son contrastados por, (Castillo & Espinoza, 2017) Las empresas no informan los resultados positivos a sus grupos de interés que se ejecutan en su beneficio, para que no se aprovechen en pedir obligatoriamente apoyo económico para proyectos y actividades de su entorno. Por lo tanto, es una tarea de la academia sensibilizar y formar a los actores en lo que respecta a concepto, alcance y beneficios de la RS, para que pueda ser vivida de mejor manera, y genere en el camino beneficios para todos, sobre todo para la empresa en la medida en que aporta a su sostenibilidad en el largo plazo (pág. 40). Por último, Su nivel de impacto y de incidencia es muy alto en el aspecto económico y social, puesto que, sobre todo en nuestra región, no solo es una alternativa a los medios de producción a gran escala, sino que estas unidades empresariales representan la mayor fuente de empleo de la región y del país. En tal sentido se puede decir, las mypes pueden realizar contribuciones a la RSE depende a la situación económica que estén pasando, siendo estos consientes que es de suma importancia para su creciente empresarial.

Al determinar si la Dimensión Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Se pudo encontrar mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman), donde se manifiesta en la tabla 11, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.845 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Esto significa que la responsabilidad social empresarial se responsabiliza por el impacto ambiental que una empresa puede generar durante el desarrollo de sus procesos, productos y servicios, al mismo tiempo que contribuye a la protección y mejora del medio ambiente en beneficio

de la humanidad. Por lo tanto, se rechaza hipótesis nula El Marketing Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. estos resultados son corroborados por, Guamán (2017) detalla a los responsables de negocios, sociedad, leyes y componentes políticos; Después de todo, existe una clave para implementar el crecimiento empresarial en la industria y en todo el país como un compromiso entre los elementos voluntarios y sostenibles de la identidad y el grupo de interés. Por lo cual se cree que la poca RSE provocaría baja calidad del producto y perjuicios de los elementos naturales por lo tanto es necesaria su aplicación. asimismo, Pérez (2019) Concluyo La responsabilidad social es una herramienta fundamental fundamental para las organizaciones ya que se convierte en una guía para regular el comportamiento responsable de las organizaciones para cumplir con las normas sociales, velando por la seguridad de los trabajadores, desarrollando una mejor comunicación y concientizando la importancia del cuidado del medio ambiente al realizar las diferentes operaciones, con el fin de generar un valor agregado, incorporando estrategias, permitiéndole alcanzar ventajas competitivas que le ayude a desenvolverse ante la sociedad de manera responsable. Entonces, a lo mencionado anteriormente se puede deducir que el gran aporte que realizan la mypes a la sociedad es cuidar el medio ambiente como fuente principal de sus actividades, para así poder crear estrategias de crecimiento.

Limitaciones

La limitación primordial es la disposición de información, debido a que no todos los empresarios de las mypes tienen la predisposición de llenar la encuesta debido a que no disponen de mucho tiempo libre por las gestiones de su empresa y muchos no se encuentran en las instalaciones de la empresa por estar en diferentes partes realizando su

negocio, para coordinar con proveedores y conseguir materia prima, materiales, entre otros productos que son indispensables para el proceso de producción.

Implicancias

1. Contribución al conocimiento: Al realizar la investigación se ha contribuido al conocimiento en este campo; ya que, puede incluir nuevos hallazgos y enfoques que no se hayan abordado anteriormente, lo que es de gran ayuda para otros investigadores y profesionales interesados en el tema.
2. Identificación de oportunidades de crecimiento: En el contexto de las micro y pequeñas empresas (MYPES) de calzado del futuro en 2023, la investigación y análisis de cómo pueden mejorar su responsabilidad social y crecimiento empresarial puede conducir a la identificación de oportunidades de crecimiento y expansión. Esto podría involucrar la identificación de áreas en las que las empresas pueden mejorar su impacto social, como la creación de empleo o la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores, así como el aumento de su capacidad de producción para satisfacer una mayor demanda. Una tesis sobre este tema puede sugerir formas concretas en que las empresas pueden mejorar su rendimiento, crecer y expandirse de manera sostenible y responsable.
3. Posible impacto en la comunidad: En relación a las micro y pequeñas empresas (MYPES) de calzado en el ámbito de la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial en el futuro, se destaca su integración en las comunidades locales. Al mejorar su responsabilidad social y crecimiento empresarial, estas empresas pueden generar un impacto positivo en sus empleados, proveedores y la comunidad en general. Estos efectos pueden manifestarse a través de la creación de empleo, la mejora de las condiciones laborales y el apoyo a iniciativas locales, lo que, a su vez, puede contribuir al desarrollo económico y social de la región.

En este sentido, una tesis enfocada en estos temas puede explorar cómo las MYPES de calzado pueden implementar estrategias efectivas de responsabilidad social y crecimiento empresarial para mejorar su impacto en la comunidad y, al mismo tiempo, aumentar su sostenibilidad a largo plazo.

4. Potencial para la sostenibilidad: La sostenibilidad a largo plazo de cualquier empresa depende de su responsabilidad social y crecimiento empresarial. Por lo tanto, abordar estos temas en una tesis puede fomentar una cultura empresarial sostenible y responsable en las MYPES de calzado.
5. Desarrollo de habilidades: La elaboración de una tesis implica desarrollar habilidades valiosas para el desarrollo profesional, como el análisis, la síntesis y la comunicación efectiva. Estas habilidades son importantes en diversos campos y pueden ser transferibles a otros contextos.

CONCLUSIONES

1. Al determinar si Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Esto quiere decir que la RSE juega un rol exclusivo e importante en la sociedad donde realiza sus operaciones, formando hábitos con responsabilidad que benefician a la sociedad. Asimismo, para que las organizaciones sean competitivas uno de los aspectos en que tienen que realizar es apoyar con responsabilidad en el marco de sus funciones. Del mismo modo, esto se pudo encontrar que mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman) se manifiesta en la tabla 12, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.842 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%.
2. Al determinar si la Dimensión Social de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. se pudo encontrar mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman) se manifiesta en la tabla 7, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.839 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Esto quiere decir que en las mypes deben compartir entre todos sus miembros para el cuidado y mejora de la calidad de vida en el trabajo, a fin de desarrollar con tiempo y medios para la creación de condiciones para el crecimiento del espíritu empresarial.
3. Al determinar si la Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito

del porvenir, Trujillo - 2023. Entonces, las mypes realizan generación y distribución del valor agregado, la producción, distribución de bienes y servicios útiles debe ser beneficiosos para los colaboradores y comunidad, cuando su responsabilidad social empresarial se enmarca en el contexto de un beneficio mutuo con la sociedad que lo rodea. Esto se pudo encontrar mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman) se manifiesta en la tabla 9, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.834 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%. Esto quiere decir,

4. Al determinar si la Dimensión Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Se pudo encontrar y decir que la RSE se preocupa por el impacto ambiental que la empresa pueda tener al desarrollar sus procesos, productos y servicios es fundamental para la concientización de los clientes potenciales y de las comunidades en las que opera mype, y para promover la protección y mejora del medio ambiente para la empresa y la humanidad. Esto fue, mediante la prueba estadística T de Student (coeficiente de spearman), donde se manifiesta en la tabla 11, hallándose que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.845 afirmando que las variables se asocian de forma positiva y significativa para un nivel de confianza del 99%.

REFERENCIAS

Aguilera, A. & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, vol. 32, pp. 4-16. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>

Aguilera, A. y Puerto, D (2015). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. [Tesis de grado en la Universidad UCV]. Lima-Perú.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en

Arismendi Emir . (2013). Tipos y diseño de la investigacion. emirarismendi-planificaciondeproyectos.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas - AECA (2003). Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Documento N° 1, pp. 13- 16 Recuperado de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/medio13/MARCO%20CONCEPTUAL%20RSC.pdf>

Azuero, R. A. R., Monica, G. S., & David, G. G. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado2.8292>

Barragan Morales, C. E., Medina De Moya, F., Gomez Pedroza, F., & Sierra Arias, J. P. (2022). Responsabilidad social: una revisión sistemática para la generación de acciones voluntarias y filantrópicas. *Saber ciencia y libertad*, 17(2). <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n2.9293>

- Barrionuevo, R. (2015). La cadena de valor y la productividad en la empresa mega taller multimarcas, de la ciudad de Ambato. *Repositorio UTA*, 13.
- Blázquez, F., Dorta, J. & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, vol. 16, pp. 44-51. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/19394/20351>
- Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper.
- Cajiga Juan . (2010). El concepto de responsabilidad social empresarial. *Cemefi*, 2.
- Cajiga, J. (2005). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro mexicano para la filantropía. pp. 5-6. Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Calderón Gregorio, Álvarez Claudia y Naranjo Julia. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Universidad Nacional de Colombia* , 182.
- Canals, J. (2000). *La gestión del crecimiento de la empresa*. Madrid: Editorial Mc Graw Hill.
- Cardona y Cano . (2005). Territorio, Ciclo de vida y Estructura empresarial: Un puente en la industrialización regional. *Fondo Editorial Universidad EAFIT*, 24.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of corporate social responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, vol. 34, pp. 39-48.
- Castillo Tumaille, G. & Espinoza Espinoza, W. (2017). Responsabilidad social empresarial diagnostico en la zona industrial de Duran. *Universidad Estatal de*

Guayaquil, 40.

Chirino Boza . (2010). Estudio de la Responsabilidad Social de las Empresas.

Aplicaciones a las empresas de Gran Canaria. *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*, 13.

Chirino Boza. (2010). Estudio de la Responsabilidad Social de las Empresas.

Aplicaciones a las empresas de Gran Canaria. *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*, 2.

Correa María, Van Bernhardus y Núñez Georgina. (2010). Cambio y oportunidad la responsabilidad social corporativa. *ECLAC*, 41.

Crespo Razeg, F. (2010). Entre el concepto y la práctica responsabilidad social empresarial. *Administradora de empresas, Universidad Icesi, Colombia*, 128.

Cuenca, S. (2022). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA*. Edu.ec. Recuperado el 10 de marzo de 2023, de

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22159/1/UPS-CT009639.pdf>

Cunalata, D. G. T., Bonilla, A. E. E., Martínez, D. C. C., & Betancourt, W. O. (2022).

INVERSIÓN EN LA INVESTIGACIÓN Y CRECIMIENTO ECONÓMICO:

UNA MIRADA DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS PYMES

DEL CALZADO DE TUNGURAHUA. En *AULA VIRTUAL* (Vol. 3, Número 8,

pp. 112–126). Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7506467>

d Social Empresarial *De conceptos*.

Decreto Legislativo N° 1086. Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y

Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

Diario Oficial el peruano, Perú, 28 de junio del 2008.

Decreto Supremo N° 013. Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial. Diario Oficial el Peruano, Perú, 28 de diciembre del 2013.

Díaz Martín Rodrigo. (2015). Responsabilidad Ambiental. *XL CATLIN*, 5.

Díaz Ortiz, N. (2013). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional. *Redalic.org*, 129.

Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. (2017). Concepto de curtiembre.

Dután Loja, A. L., & Ormaza-Andrade, J. E. (2022). Estrategias de crecimiento empresarial para la empresa Roads Networks de la ciudad de Cuenca. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. ISSN : 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 7(1), 36–55.
<https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/506>

Escobar, E. (2015). La Responsabilidad Social Empresarial como medio de rentabilidad y competitividad. Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Expok. (2022). Caso de éxito de RSE: Nike. ExpokNews.
<https://www.expoknews.com/caso-de-exito-de-rse-nike/>

Fischman, F. (02 de agosto de 2019). La importancia de las PYMES en Perú. Blog hubspot. Recuperado de [https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-PYMES-en-peru#:~:text=Per%C3%BA%20es%20de%20los%20pocos,a%20las%20peque%](https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-PYMES-en-peru#:~:text=Per%C3%BA%20es%20de%20los%20pocos,a%20las%20peque)

C3%B

las 20 y 20 medianas. &text=Seg% C3% BAn% 20 PROMYPE% 2C% 20 estas% 2

Oempr esas% 20 son, 42% 25% 20 de% 20 la% 20 producci% C3% B3n% 20 nacional.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Hoffman, R., & Yeh, C. (2018). *Blitzscaling: The Lightning-Fast Path to Building Massively Valuable Companies*. HarperCollins Publishers.

Gallardo-Vázquez, D. y Sánchez-Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. España. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. ISSN 1698-5117, N°. 38, 2013, págs. 14-31

González M. & León, M. (2013). Responsabilidad social empresarial. Desafíos para América Latina y el Caribe. *Revista Atlantida, Extraordinario*, 95.

Guamán, M. (2017). La responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector Curtiembres de la Provincia de Tungurahua. [Tesis de grado en la Universidad UCV]. Lima-Perú.
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27302>

Hernández, D. & Manrique, G. (2017). La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Tesis de pregrado. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú.

Hernández; Fernández y Baptista . (2015). Los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación científica. *Mc Graw Hill*, 7.

Herrera Alejandro, Bigné Enrique y Currás Rafael. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Universidad de Valencia*, 131.

INEI (2018). Perú: Estructura Empresarial, 2018. Perú. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf

ISO 26000 (2010), Guía sobre responsabilidad social. Ginebra: Organización Internacional de Normalización.

Kaison Chang . (2014). II Congreso Mundial del Cuero. FAO.

Ley N° 28015. *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Diario Oficial el Peruano, Perú, 03 de julio del 2003.

Martínez Jennifer, Prado José y Fernández José. (2013). Responsabilidad social corporativa vs. responsabilidad contable. *Elsevier Doyma*, 44.

Medina Alvaro. (2015). La responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector hotelero en la zona de planificación 3 del Ecuador. *Repositorio UTA*, 23.

Medina Espín, A. (2015) La Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial del sector hotelero en la zona de planificación 3 del Ecuador. *Universidad Técnica De Ambato*. Recuperado de URL. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17781/1/T2998i.pdf>

Milian Laura . (2015). Origen y evolución del concepto de RSC en el entorno empresarial europeo y español. *UPI ICAI ICADE* , 17.

Morales Ramos, H., Pomachagua Pacheco, F., & Lazo Palacios, N. (2020). Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los clientes de

Sodimac Lima, 2020. *Revista de investigación de valor agregado*, 7(1), 2–5.

<https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1416>

Morales Ramos, L. V., Morales Ramos, K. E., & Valle Álvarez, A. T. (2017).

Crecimiento y supervivencia empresarial en el sector de fabricación de calzado en Ecuador. *Panorama Económico*, 25(1), 43–56. <https://doi.org/10.32997/2463-0470-vol.25-num.1-2017-2068>

Múnera Espinal Hernán Darío . (2016). Gestión Financiera. *UNIREMINGTON*, 8.

Murrell Blanco, M., Mora Cruz, A., & Gomez-Melendez, A. (2022). Factores

determinantes del crecimiento empresarial en MIPYMES afectadas por el COVID-19. *Revista Tecnología en Marcha*, ág. 236-246.

<https://doi.org/10.18845/tm.v35i5.6050>

Navas y Guerras. (2012). Fundamentos de dirección estratégica de la. *Madrid: Thomson-Civitas*.

Norma Internacional de Contabilidad nº 1 (NIC 1) . (2005). Presentación de estados financieros . 2.

Ortega Ocas, C., Vásquez Campos, S., & Vásquez Villanueva, S. (Trujillo - 2023, 28 julio). *Crecimiento Empresarial y su Influencia Sobre la Rentabilidad en las Empresas de la Cámara de Industria de Huaycán Peru*. Diagnóstico FACIL Empresarial Finanzas.

<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/522/5222333002/index.html>

Pérez Serna, S. (2019). *Responsabilidad social empresarial y crecimiento empresarial en empresas de ferretería industrial, Distrito de La Victoria, 2019* [Universidad

César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75755>

Perú Trujillo - 2023 (2010). *Indicadores Ethos-Perú Trujillo - 2023 de responsabilidad social empresarial*. Recuperado de

[https://www.academia.edu/31664415/ETHOS_Per%C3%BA_Trujillo -
2023 de Responsabilida](https://www.academia.edu/31664415/ETHOS_Per%C3%BA_Trujillo_-_2023_de_Responsabilida)

Pineiro Juan, Romero Noelia. (2011). Responsabilidad Social Empresarial y resiliencia.

Portal PQS (10 de abril de 2019). *MYPES: porque son importantes para la economía peruana*. Recuperado de

<https://www.pqs.pe/economia/MYPES-importancia-economia-peru>

Prieto Santander . (2017). Responsabilidad social empresarial. *Universidad Santo Tomás*, 6.

Revista Galega de Economía, 31.

Rodríguez Alcántara, J. (2017) La responsabilidad social empresarial y su incidencia en la competitividad y posicionamiento de la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú: 2005-2014. *Universidad nacional de Trujillo*. Recuperado de URL.

[https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10489/rodriguezalcantara
_janeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10489/rodriguezalcantara_janeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rodríguez, D & Martínez, J. (2011). *Teorías del crecimiento de la empresa*.

Valencia: Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau

Piqueras. Universitat de València. pp. 134.

Romero J, (2018), *Análisis del Desarrollo y Crecimiento Empresarial de las Pymes en la Ciudad de Machala y su permanencia en el mercado*. Ecuador. Recuperado de

URL <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12681/1/ECUACE-2018-AECD00353.pdf>

Sánchez, C. (24 de enero de 2020). Citas APA. *Normas APA (7ma edición)*.

Recuperado de <https://normas-apa.org/citas/>

Santillán, T (2013). *Influencia de las acciones de Responsabilidad Social Interna de la empresa Don Pollo Tropical SAC. Tesis de pregrado*.

Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú.

Schwalb, M. & García, E. (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas: historia y enfoques*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Schwalb, M., García, E. & Soldevilla, V. (2017). *Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social empresarial: Colección 2005*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Torres Prada A. (2017). La responsabilidad social empresarial como factor de crecimiento en el departamento del Caquetá. *Universidad Militar Nueva Granada*, 19.

Vives, A., Isusi, I. & Corral, A. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PYMES de Latinoamérica*. Washington, DC. Wpadmin. (2014).

Código de Ética.

Vega Nowajewski, F., Pérez-Neumann, A. y Schlesinger, E. (2015).

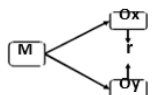
Responsabilidad Social Empresarial (RSE). P.17. Universidad De Chile.

Zambrana Flores H. (2015). Responsabilidad social empresarial corporativa business corporate social responsibility. *Revista Científica TECNIA*, 58.

ANEXO I

MATRIZ DE CONSISTENCIA

ESTUDIANTE(S): Guerra Rodriguez Darlene Victoria – Gutierrez Villar Ana Cecilia

TÍTULO: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACION EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS PYMES FABRICANTES DE CALZADO DEL PORVENIR, TRUJILLO - 2023					
PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>Problema General: ¿La Responsabilidad Social Empresarial afecta al crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023?</p>	<p>Hipótesis general: La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.</p> <p>Hipótesis específicas: La Dimensión Social de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.</p> <p>La Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.</p> <p>La Dimensión Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023.</p>	<p>GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar si Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. 	<p>VARIABLE 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Diseño: Descriptivo / Correlacional</p>  <p>Técnica: cuestionario</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>POBLACION INFINITA</p>
		<p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar si la Dimensión Social de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Determinar si la Dimensión Económica de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. Determinar si la Dimensión Medio Ambiente de la RSE se relaciona con crecimiento empresarial de las MYPES fabricantes de calzado del distrito del porvenir, Trujillo - 2023. 			<p>VARIABLE 2: CRECIMIENTO EMPRESARIAL</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

ESTUDIANTE(S): Guerra Rodriguez Darlene Victoria – Gutierrez Villar Ana Cecilia

TÍTULO: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS PYMES FABRICANTES DE CALZADO DEL PORVENIR, TRUJILLO - 2023					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE DEPENDIENTE: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales	Forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales	Social	Cumplimiento de obligaciones de ley con los trabajadores	Escala ordinal tipo Likert - 4 : Siempre 3 : Casi siempre 2 : A veces 1 : Nunca
				Actividades de impacto social	
			Económica	Utilidad neta. Pago de impuestos.	
		Medio ambiental	Actividades de protección del medio ambiente.		
VARIABLE INDEPENDIENTE: CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Es el proceso a través del cual la empresa aumenta de tamaño o de dimensión, generalmente como consecuencia del incremento de la demanda	Se aplicará una encuesta a la población objeto de estudio, teniendo en cuenta las cuatro etapas del ciclo de Deming (PHVA) relacionadas a la gestión de calidad: planificar, Hacer, Verificar, Actuar; permitiendo determinar el Nivel de percepción de la gestión de la calidad. -	Económica	Volumen de ventas.	Escala ordinal tipo Likert 4 : Siempre 3 : Casi siempre 2 : A veces 1 : Nunca
			Patrimonial	Capital empresarial	

ANEXO II

CUESTIONARIO								
INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada pregunta y marque con un "X" según su corresponda, por favor no dejar preguntas sin contestar.								
VARIABLES	DIMENSIONES	Nº	PREGUNTAS	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	SOCIAL	1	Pagamos salarios por encima del mínimo vital.					
		2	Cumplimos con la asignación de periodo vacacional a nuestros empleados.					
		3	Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados.					
		4	Tenemos políticas laborales que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal de nuestros empleados					
		5	Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales.					
		6	Estamos comprometidos con la creación de empleo (creación de nuevos puestos, aceptación de practicantes).					
		7	Estamos dispuestos a dar oportunidad de trabajo a personas con discapacidad.					
		8	Participamos y/o apoyamos en proyectos sociales destinados a la comunidad.					
	ECONOMICA	9	Nos preocupamos por la mejor utilización de recursos a fin de reducir los costos operativos de la empresa.					
		10	Nos preocupamos por la distribución de utilidades entre nuestros empleados.					
		11	Ofrecemos a nuestros clientes productos de alta calidad.					
		12	Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores.					
		13	Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región.					
		14	Nos preocupamos por cumplir con nuestras obligaciones tributarias oportunamente.					
	MEDIOAMBIENTAL	15	Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables.					
		16	Reciclamos los papeles, los envases y embalajes que no se logran usar					
		17	Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales.					
		18	Creemos que la gestión ambiental de nuestra empresa tiene impactos sociales.					
		19	Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural.					

VARIABLES	DIMENSIONES	Nº	PREGUNTAS	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	ECONOMICA	20	El promedio de ventas anuales del año 2020 se ha incrementado en relación al año 2023.					
		21	El promedio de utilidades anuales del año 2020 se ha incrementado en relación al año 2023.					
	PATRIMONIAL	22	El capital empresarial del año 2020 se ha incrementado en relación al año 2023.					
		23	El número de empleados del año 2020 se ha incrementado en relación al año 2023.					
		24	El número de locales, sedes o sucursales al año 2020 se ha incrementado en relación al año 2023.					

Base de Datos

N	Responsabilidad Social Empresarial																				Crecimiento Empresarial				
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	E1	E2	E3	E4	E5	E6	M1	M2	M3	M4	M5	E1	E2	P1	P2	P3	
1	4	5	4	4	1	4	4	2	1	4	1	1	5	5	3	5	3	4	3	5	3	3	5	1	
2	5	2	1	5	3	4	4	2	3	4	2	5	5	5	3	1	2	5	2	5	2	4	2	1	
3	2	1	1	5	5	3	4	3	3	1	4	5	5	5	1	1	4	5	1	5	5	2	3	1	
4	3	3	4	4	5	4	2	5	3	3	4	3	3	5	5	1	2	3	3	1	3	1	5	4	
5	2	3	3	1	3	5	3	3	3	4	1	1	1	2	4	2	2	2	4	2	2	2	3	1	
6	4	5	2	5	5	2	4	1	5	3	1	5	5	2	4	2	4	3	5	4	5	2	5	1	
7	1	3	3	3	2	5	2	5	3	4	2	3	4	1	4	3	3	2	4	5	4	3	3	1	
8	4	4	3	3	3	2	1	3	2	1	4	2	1	3	4	5	4	1	1	5	2	5	3	1	
9	2	3	1	3	2	3	1	2	2	1	4	2	4	5	1	4	4	1	3	2	2	3	5	1	
10	3	3	4	5	3	4	1	3	1	3	1	5	1	3	3	3	5	4	4	1	1	1	1	3	
11	1	2	2	1	1	5	3	4	2	1	5	5	4	5	2	4	1	3	2	3	5	2	4	5	
12	4	5	1	3	2	2	2	4	4	4	3	5	5	4	4	1	2	3	2	5	5	4	4	4	
13	5	4	4	4	3	2	4	5	3	3	2	3	5	2	1	3	1	2	2	1	2	1	5	3	
14	5	5	3	3	3	5	3	3	1	1	1	2	3	4	4	2	1	1	2	5	4	4	3	3	
15	5	4	3	5	4	4	4	4	2	5	3	4	1	2	5	3	1	4	2	5	2	3	3	4	
16	4	3	3	5	1	4	1	5	2	4	1	1	2	2	4	4	5	5	1	2	5	2	4	5	
17	4	5	2	2	1	2	4	4	3	4	2	2	2	5	5	3	4	5	4	4	2	2	4	4	
18	3	4	3	2	2	4	4	3	2	2	4	1	2	3	1	5	4	5	3	1	3	5	2	5	
19	1	4	3	2	3	5	5	1	4	5	5	1	5	5	1	1	2	5	5	4	5	2	1	5	
20	1	3	3	1	5	1	1	5	4	2	5	4	3	3	3	5	3	3	5	1	4	4	4	1	
21	3	2	4	1	1	2	1	4	1	3	1	5	5	3	3	2	3	1	5	1	1	5	4	5	
22	5	3	1	1	1	4	1	5	1	2	4	1	5	3	3	4	1	2	1	3	4	5	4	5	
23	4	5	3	2	3	2	1	2	5	4	5	1	5	1	1	5	2	3	2	5	3	4	1	4	
24	1	2	2	2	4	2	2	3	3	2	4	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1	5	4	2	
25	2	4	5	1	2	4	5	5	1	4	3	3	4	2	1	1	4	2	2	2	1	1	4	4	
26	5	2	5	3	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	3	5	2	2	5	5	3	5	1	
27	4	3	1	3	2	1	4	2	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4	5	2	3	4	5	4	
28	5	3	5	4	5	5	5	2	2	3	4	2	2	4	1	1	2	4	3	1	2	1	4	2	
29	1	2	5	1	1	5	2	2	4	2	2	2	4	4	1	2	3	2	3	1	5	1	4	2	
30	1	3	2	2	5	5	4	1	4	5	3	1	5	4	4	1	5	2	5	1	4	5	3	4	
31	4	4	5	4	3	2	3	1	4	1	1	1	1	5	1	2	4	1	4	1	3	2	4	3	
32	1	4	1	2	5	2	5	1	3	4	5	2	2	2	5	5	2	4	5	4	4	1	2	4	
33	4	2	4	1	3	3	3	2	5	4	3	1	5	1	1	1	5	2	1	2	1	2	4	3	
34	3	1	2	2	4	3	4	3	2	1	5	4	1	5	5	2	1	3	1	5	2	2	3	3	
35	4	1	5	4	2	4	1	4	4	2	3	2	2	1	1	2	1	4	2	5	2	2	2	2	
36	4	5	3	4	4	2	3	1	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	4	3	5	2	4	2	
37	3	3	5	4	4	4	3	4	2	5	1	4	1	5	5	4	3	1	3	4	1	5	5	4	
38	2	3	2	2	5	5	2	3	1	3	3	3	1	5	5	1	1	5	1	5	5	3	5	5	
39	5	2	1	3	1	3	1	3	2	3	5	1	2	2	5	4	3	4	1	2	5	3	3	5	
40	4	4	1	1	5	4	2	4	4	5	2	1	1	4	5	5	5	1	3	1	5	3	1	4	

41	1	5	4	5	5	2	4	3	2	4	2	1	3	2	4	4	3	4	4	1	4	4	1	5
42	2	5	3	4	5	4	4	2	5	4	5	2	5	5	4	3	2	3	4	5	5	5	5	4
43	5	5	1	5	3	2	1	2	4	2	4	3	3	1	5	3	5	3	1	5	1	1	1	2
44	3	1	2	2	3	4	5	2	4	4	5	1	2	2	3	3	3	3	3	5	4	3	1	4
45	4	3	3	5	5	5	3	3	3	2	5	4	3	3	4	2	2	5	5	3	2	4	2	4
46	1	1	2	3	4	1	2	3	3	4	4	5	3	2	5	2	1	1	5	4	5	5	4	3
47	5	2	3	5	2	4	5	3	4	1	5	1	3	1	2	4	4	3	2	5	1	1	4	2
48	5	3	5	1	4	1	5	3	5	3	4	3	4	2	4	4	3	5	2	5	1	2	5	3
49	5	1	2	3	3	4	3	2	4	2	1	1	1	5	2	2	1	1	2	2	2	3	4	4
50	4	4	5	1	1	5	5	4	3	5	1	1	4	3	1	1	3	1	2	4	1	4	4	1
51	3	1	3	3	2	4	5	3	2	2	1	1	4	2	4	4	5	1	5	1	1	2	5	4
52	4	5	3	1	1	1	3	1	1	3	3	5	1	2	2	1	5	1	4	2	4	1	3	2
53	1	1	1	5	1	1	3	2	5	1	3	1	1	4	3	4	4	1	1	4	3	5	4	4
54	3	4	1	2	1	2	4	2	3	3	1	4	2	2	4	4	5	4	1	3	2	2	3	1
55	5	2	3	3	3	5	2	5	1	1	3	2	4	1	3	4	3	4	1	2	4	3	1	3
56	2	5	4	2	2	1	3	5	5	5	4	3	5	4	1	4	4	3	3	2	4	2	2	5
57	3	3	3	4	3	2	4	3	2	2	2	4	4	1	1	2	4	5	1	1	3	1	2	2
58	2	5	5	4	3	1	4	5	5	5	4	5	3	2	1	2	5	3	2	5	4	4	3	4
59	5	2	5	1	5	3	2	3	3	2	4	5	3	4	1	5	5	2	5	5	2	1	2	4
60	3	5	3	3	1	2	1	5	1	3	3	1	1	1	3	2	1	3	4	1	2	3	2	1
61	1	5	3	1	2	1	3	4	3	4	1	5	4	5	2	3	1	4	5	5	4	2	1	1
62	2	4	4	1	4	3	3	5	5	4	2	2	3	5	5	1	3	5	3	2	5	1	4	4
63	1	2	2	1	5	1	5	2	1	3	2	5	4	2	5	3	1	4	3	3	3	5	3	3
64	2	2	1	1	3	4	2	1	5	1	5	5	4	5	2	4	3	2	3	4	5	3	3	1
65	1	2	5	2	2	2	4	5	3	1	5	2	4	1	1	2	5	1	3	2	3	1	2	5
66	4	5	1	3	1	4	4	1	1	3	4	3	2	3	5	3	2	3	5	2	2	2	3	2
67	2	2	4	3	4	5	4	5	1	4	2	1	4	4	1	3	1	3	5	4	3	3	1	1
68	3	4	3	4	4	5	5	2	3	4	5	3	5	1	4	5	2	3	4	1	2	3	3	3
69	3	4	5	3	5	3	1	3	5	5	4	3	4	3	5	1	5	2	5	4	2	5	4	5
70	2	1	3	1	2	2	2	2	5	5	1	1	3	2	1	2	2	4	4	1	3	5	5	1
71	3	3	1	2	4	5	4	5	1	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	2	5	3	4	1
72	2	1	1	1	5	1	5	1	2	3	5	2	4	2	2	4	3	3	1	3	2	4	3	3
73	2	3	4	3	1	5	2	3	5	4	2	5	3	3	5	4	2	3	1	1	2	4	5	1
74	5	5	4	1	2	1	5	2	3	3	3	2	3	2	2	5	2	4	5	1	4	4	1	1
75	4	3	2	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	2	5	1	5	5	1	3	3	1	5	4
76	1	1	5	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	4	1	2	4	1	3	1	5	3	1	5
77	1	2	1	2	5	1	3	1	2	2	5	2	4	4	3	1	2	1	3	1	3	4	5	3
78	1	1	2	4	5	4	5	4	3	3	2	5	4	2	3	3	4	5	2	5	5	5	1	2
79	1	5	2	3	1	1	1	2	1	5	4	5	2	3	2	2	1	5	1	5	4	5	5	1
80	5	2	3	5	3	3	4	5	4	1	4	2	3	2	2	4	2	4	2	5	2	3	3	3
81	5	5	1	1	5	2	4	2	5	5	1	4	3	4	2	4	5	5	1	5	5	2	3	4
82	1	3	2	5	1	4	2	4	4	4	2	5	4	1	5	3	2	1	4	5	3	3	2	1
83	1	1	2	3	5	3	4	2	2	2	5	1	4	2	4	4	4	2	2	2	3	4	5	3
84	3	2	3	1	4	4	1	4	1	5	2	1	5	3	4	5	4	4	1	3	3	1	3	1
85	2	5	3	4	5	5	1	2	3	5	2	1	5	5	4	4	5	2	4	3	5	3	5	3

86	1	5	5	4	4	3	5	4	2	5	5	1	2	2	2	1	4	4	5	2	3	1	1	5
87	3	1	3	2	3	2	3	4	3	1	1	4	2	4	4	3	2	1	4	1	2	3	4	4
88	2	2	3	4	1	3	2	1	2	4	1	2	4	3	5	2	2	2	4	1	5	4	4	3
89	5	3	2	5	1	1	2	4	4	2	4	5	5	4	4	2	1	1	3	5	2	3	1	1
90	5	4	2	2	1	2	5	2	3	2	3	1	4	4	4	5	3	5	3	2	1	5	5	1
91	4	4	2	5	2	1	5	5	3	1	1	3	4	4	3	5	2	3	2	1	2	3	2	1
92	5	4	3	5	3	5	1	3	4	2	1	3	2	2	2	2	4	5	5	1	4	2	2	1
93	5	1	4	5	2	4	3	4	5	2	2	3	1	3	4	2	1	4	5	3	3	5	4	3
94	5	2	1	3	4	1	5	4	5	3	3	4	5	3	2	3	3	1	4	5	5	5	1	3
95	4	5	2	2	4	1	1	1	3	5	5	5	2	4	4	2	4	1	4	1	2	2	3	1
96	4	3	5	3	5	4	5	4	5	3	1	4	2	3	2	5	5	1	2	4	1	3	4	5
97	3	2	4	1	4	1	1	3	5	4	5	5	2	4	1	2	5	4	1	4	2	5	2	5
98	2	5	1	4	4	5	4	4	2	4	5	3	1	4	2	5	1	5	5	5	5	4	2	3
99	1	1	3	4	3	2	2	1	2	5	4	3	5	3	4	5	3	3	1	1	3	2	1	1
100	2	1	3	4	3	2	1	5	3	3	3	5	4	1	1	5	1	2	2	4	1	4	1	4
101	3	4	1	3	5	4	3	2	1	3	1	5	3	3	5	2	2	2	2	1	2	4	5	2
102	1	1	3	2	5	1	5	1	4	5	4	1	5	3	2	5	4	4	1	4	3	5	2	3
103	3	5	5	3	3	2	3	5	4	1	5	2	5	2	2	4	2	3	1	3	5	4	3	3
104	3	3	2	3	3	3	5	1	5	3	2	3	1	5	3	1	3	3	4	5	4	4	4	2
105	3	3	2	2	5	1	4	2	4	4	1	2	1	3	4	1	5	3	1	2	2	2	3	4
106	5	1	4	5	3	5	2	3	1	4	5	3	3	1	1	5	5	2	4	4	3	1	2	1
107	1	2	2	1	3	2	3	3	4	1	3	5	5	1	2	4	1	3	3	2	4	5	3	5
108	3	3	1	2	5	2	1	3	5	2	3	3	1	4	1	3	4	2	2	3	2	4	4	5
109	2	2	5	1	5	1	4	5	3	3	3	4	4	2	1	4	2	3	2	2	3	1	5	4
110	4	1	1	4	1	2	5	5	3	1	2	2	4	3	4	1	2	2	1	2	1	3	4	2
111	4	4	4	1	2	3	3	2	3	5	2	3	3	5	4	5	5	1	1	5	3	3	1	2
112	5	4	3	5	2	1	5	2	4	3	4	2	1	3	2	4	1	1	4	5	4	5	4	3
113	1	1	5	5	1	3	3	1	5	2	3	4	1	2	3	5	1	2	1	5	1	2	2	2
114	2	2	3	2	3	5	2	5	2	3	1	5	5	2	5	5	3	2	3	1	4	2	5	1
115	4	1	1	1	4	5	3	3	1	4	5	1	2	4	4	2	1	3	1	1	4	2	2	2
116	2	2	4	2	4	2	2	4	2	4	5	1	5	1	1	5	5	4	1	2	1	5	2	4
117	5	4	4	4	5	2	1	1	4	5	3	3	4	4	3	5	3	2	2	5	3	2	4	5
118	5	5	3	2	2	4	5	1	3	3	3	1	5	2	5	4	3	2	5	3	5	1	1	2
119	2	4	5	3	5	3	2	1	5	3	2	2	4	5	1	3	3	2	5	2	1	3	3	1
120	5	4	4	4	5	4	2	1	3	5	5	1	4	2	3	2	4	3	3	4	2	3	1	2
121	1	3	5	4	2	3	3	5	4	1	2	4	2	5	2	2	4	1	5	3	5	1	2	3
122	4	4	2	1	4	2	1	3	5	1	4	5	2	4	2	5	4	3	3	3	1	4	1	5
123	1	1	1	3	2	1	1	5	3	2	4	1	1	3	1	3	4	1	1	3	5	2	5	4
124	4	2	1	3	1	5	4	2	1	4	3	4	4	1	3	3	3	5	3	3	3	5	5	5
125	4	1	1	2	4	1	5	4	4	3	2	1	4	3	2	3	3	4	3	4	5	4	3	5
126	3	1	3	2	5	3	5	2	3	5	2	1	3	2	5	5	3	3	3	1	3	3	5	1
127	4	3	2	1	3	1	5	1	3	5	5	5	5	1	4	2	4	3	2	3	1	5	1	5
128	5	3	5	3	1	3	4	1	4	2	4	1	2	2	5	2	2	3	5	2	4	1	3	2
129	3	5	4	3	3	4	2	1	4	4	3	3	4	2	1	3	4	3	5	1	3	4	1	2
130	3	5	3	3	4	3	4	3	3	5	5	3	3	2	2	3	2	5	1	5	5	3	3	3

131	4	1	1	3	5	2	1	2	5	1	1	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	5	4
132	1	2	3	2	2	2	5	5	2	5	5	1	4	5	1	1	2	2	3	3	1	4	1	5
133	3	1	4	2	1	2	4	2	2	2	3	3	1	1	2	5	3	3	3	5	3	2	2	5
134	5	5	2	5	4	1	1	3	4	4	5	3	3	5	1	4	4	1	1	3	1	2	2	4
135	4	1	4	5	5	2	4	2	2	5	4	4	4	2	5	5	2	5	2	4	1	3	3	4
136	2	2	5	3	3	4	5	5	3	3	5	2	4	2	1	5	4	2	3	4	1	3	1	1
137	4	1	2	3	4	4	4	3	2	5	1	4	2	1	1	4	1	5	4	2	3	5	5	2
138	1	4	2	1	3	1	3	2	3	3	4	2	2	2	2	1	3	3	2	5	3	3	5	1
139	3	1	3	1	3	2	5	5	3	3	3	2	5	4	2	1	3	3	5	3	5	1	5	3
140	5	2	3	2	5	5	3	1	3	3	5	5	2	2	1	3	4	4	5	4	4	4	1	4
141	2	4	5	5	1	1	1	4	4	5	4	5	1	1	5	1	1	4	1	5	1	4	2	4
142	3	4	4	2	3	4	1	5	5	4	2	1	5	5	1	4	2	5	5	3	1	3	2	4
143	4	2	3	5	1	3	3	1	2	4	3	4	3	5	4	3	2	2	2	4	3	2	5	4
144	1	1	3	1	4	4	3	4	2	1	5	5	5	5	4	5	5	4	2	4	1	2	2	4
145	3	2	5	2	4	1	3	3	3	5	5	4	3	3	3	2	5	1	3	4	5	1	2	2
146	4	1	3	5	3	5	1	4	3	3	1	5	3	4	5	4	3	5	5	1	3	1	1	3
147	2	2	1	3	3	5	5	3	1	1	3	3	1	2	5	5	2	4	3	1	4	4	5	5
148	4	1	1	3	2	4	2	4	4	4	4	1	3	2	5	1	1	3	2	1	3	4	3	2
149	5	4	4	3	1	4	3	5	1	2	3	1	1	5	2	2	4	2	2	4	5	5	5	4
150	1	3	1	4	2	4	3	5	4	3	5	5	1	3	3	5	1	2	3	3	2	2	1	4
151	2	1	5	1	1	1	3	3	3	1	4	4	3	2	3	5	4	3	1	3	3	4	3	1
152	1	1	3	4	5	3	2	5	5	3	4	3	2	1	2	5	2	2	1	4	4	1	4	2
153	4	3	4	1	1	1	1	3	4	2	5	1	4	4	4	1	3	3	3	3	5	2	5	2
154	4	2	1	2	3	2	3	1	2	2	3	1	1	1	2	3	3	4	3	5	2	5	1	2
155	3	1	3	4	3	2	5	1	5	3	5	4	1	1	2	1	3	2	5	2	4	3	1	5
156	3	1	5	3	2	3	2	3	5	1	2	1	4	5	3	1	2	2	3	1	1	1	3	4
157	5	5	1	3	1	4	3	4	1	5	4	5	5	1	2	4	3	4	5	5	3	3	2	2
158	3	1	3	3	5	5	4	2	5	1	1	3	4	3	2	5	4	4	3	2	4	2	1	1
159	4	4	3	5	1	2	5	5	5	1	4	1	1	1	3	5	5	3	4	1	1	4	1	2
160	4	1	2	2	1	1	3	2	4	5	3	5	4	1	3	2	5	3	4	5	5	2	1	5
161	4	4	2	2	3	4	4	5	5	5	4	2	5	4	2	1	3	4	4	3	3	4	5	5
162	4	1	2	3	4	2	4	3	5	1	5	5	3	2	1	4	1	2	5	4	3	5	3	5
163	2	2	5	5	4	2	2	4	2	2	4	3	5	5	3	3	1	2	4	4	4	1	3	5
164	4	2	3	1	5	2	3	1	2	5	3	5	4	1	3	5	5	3	3	2	1	3	1	1
165	1	5	2	1	4	2	5	5	2	3	1	1	4	4	2	3	1	2	4	1	3	2	5	2
166	2	3	1	5	1	5	1	2	3	4	3	4	5	3	1	4	4	5	1	4	4	1	5	2
167	1	4	1	2	1	1	1	1	2	5	5	4	2	4	3	1	3	5	4	2	3	5	1	3
168	3	1	4	3	4	2	3	3	5	2	2	2	3	1	4	4	4	3	5	5	1	3	5	3
169	2	4	2	4	4	5	4	3	2	5	4	3	2	2	3	5	1	1	2	3	3	3	4	1
170	4	5	2	3	2	3	1	1	5	1	5	3	4	2	1	3	3	2	1	3	2	2	1	5
171	4	4	2	3	5	2	5	5	4	3	4	3	4	3	4	1	5	5	3	2	4	2	5	2
172	2	5	5	5	3	2	5	5	2	4	4	4	1	5	4	5	5	1	1	4	4	1	5	2
173	1	4	5	4	2	3	1	5	2	3	4	3	1	1	3	5	2	5	4	5	3	4	5	3
174	3	2	3	4	3	2	1	1	2	3	3	2	5	2	4	2	3	3	4	3	3	1	4	5
175	1	3	4	3	4	2	2	5	3	4	1	3	4	2	5	4	1	5	3	1	1	1	5	3

176	3	4	4	3	2	4	4	1	1	2	1	5	3	5	2	4	4	1	5	3	1	5	4	2
177	3	5	3	5	4	5	2	2	1	4	5	2	1	4	5	5	4	3	5	3	2	2	2	4
178	5	3	2	1	3	2	3	2	2	1	5	3	2	1	4	5	5	2	5	3	4	5	3	4
179	5	5	1	4	1	1	1	1	2	2	3	2	3	1	5	1	2	3	2	5	2	4	1	4
180	5	5	2	4	5	3	1	2	4	4	5	4	1	5	1	5	4	4	4	4	2	3	5	5
181	2	1	4	4	1	5	4	5	1	2	3	3	5	4	1	1	4	4	2	5	4	4	1	1
182	3	1	5	1	5	1	5	3	3	2	3	3	2	2	3	4	1	2	5	2	1	2	2	2
183	4	4	5	1	1	1	1	4	4	5	1	1	3	5	4	2	4	2	5	3	4	1	5	5
184	2	4	5	3	4	2	3	1	1	3	4	2	2	3	2	1	2	4	3	4	4	2	3	4
185	3	3	4	2	2	5	4	4	5	5	5	4	3	1	2	4	1	4	5	4	4	1	4	4
186	4	2	1	3	5	2	2	2	2	4	2	3	3	1	3	4	2	1	4	5	1	5	3	2
187	5	1	5	3	2	1	4	3	2	2	5	5	4	3	5	1	1	3	3	1	1	2	5	1
188	5	1	5	3	4	4	1	3	1	5	5	3	2	4	5	4	3	1	4	1	3	4	2	2
189	4	3	4	1	4	2	3	4	5	5	3	3	2	4	1	1	5	2	3	3	3	4	4	2
190	1	1	2	3	5	2	5	3	1	5	2	5	1	4	2	4	2	1	2	5	4	5	2	3
191	5	2	4	3	5	2	2	3	4	1	3	5	5	3	4	2	1	3	5	3	2	1	2	2
192	3	1	5	1	1	2	1	5	4	1	1	3	5	2	5	4	1	5	1	3	2	4	2	3
193	4	1	5	4	2	5	2	4	2	5	5	4	3	3	3	4	4	1	3	5	3	5	1	2
194	3	5	1	1	4	3	5	5	2	5	5	4	2	2	5	5	1	5	2	1	5	1	3	5
195	2	4	2	1	2	3	4	2	1	5	2	4	3	2	1	4	5	4	4	2	1	5	2	3
196	4	4	1	3	2	1	1	5	2	2	1	4	5	5	1	5	2	1	2	1	3	4	5	2
197	1	3	1	1	3	5	1	2	3	3	1	4	4	5	3	1	5	4	1	5	2	5	1	2
198	5	4	4	3	4	1	1	3	5	2	5	3	5	5	5	1	5	3	1	4	5	5	3	1
199	5	4	1	1	5	2	3	4	3	3	5	3	5	1	5	5	2	5	3	2	3	4	1	5
200	1	4	4	1	5	3	5	2	4	4	4	3	3	2	4	3	1	4	5	3	2	1	1	5
201	1	5	5	4	1	1	3	1	1	4	4	1	5	3	5	3	5	4	4	3	4	3	3	2
202	2	5	5	5	5	4	1	1	5	5	2	2	4	2	5	2	5	4	2	2	1	2	2	4
203	3	2	1	4	3	5	3	5	5	1	2	1	3	4	2	2	3	5	3	5	4	5	1	4
204	1	1	3	2	2	2	4	5	2	5	1	1	4	3	4	1	5	2	2	3	3	4	4	2
205	2	2	4	4	1	1	1	1	3	2	2	4	5	5	3	5	5	4	3	5	3	1	3	3
206	4	4	3	4	5	4	5	1	1	3	4	3	5	2	1	2	4	2	1	5	3	3	4	5
207	1	4	1	5	1	3	1	5	5	2	1	2	3	2	4	3	5	4	3	2	3	5	5	2
208	1	4	1	2	4	2	2	2	2	2	1	4	4	3	5	5	1	2	1	3	4	5	2	4
209	1	5	1	2	4	5	2	5	1	1	1	4	5	4	3	1	1	2	1	5	3	1	1	1
210	3	1	4	3	5	2	4	4	2	4	4	5	4	5	1	2	2	1	1	5	3	1	1	1
211	1	4	1	2	4	4	3	5	1	1	3	1	1	2	2	2	5	3	3	5	3	2	2	3
212	2	2	3	4	1	5	3	3	1	3	1	1	4	3	5	3	1	3	3	5	3	2	1	3
213	4	4	2	4	3	2	1	4	2	1	1	5	1	5	3	4	1	2	4	5	4	1	1	3
214	2	4	5	1	5	2	1	2	5	4	3	3	1	4	2	2	4	4	1	4	1	3	3	2
215	5	5	1	2	1	2	5	3	5	3	2	4	3	5	3	2	4	1	3	4	1	2	2	4
216	4	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	5	5	2	3	4	3	3	2	4	4	2	5	5
217	3	1	5	5	2	4	3	1	4	3	2	4	5	2	1	2	4	2	1	1	1	2	2	4
218	5	2	2	1	1	4	1	1	4	2	4	4	2	4	3	2	2	1	5	2	2	5	2	2
219	5	2	1	2	2	5	4	5	2	3	5	3	4	4	5	2	5	2	3	4	4	4	2	4
220	3	2	4	3	5	1	1	4	5	1	3	3	1	5	3	5	3	4	2	2	2	1	4	1

221	1	4	4	2	2	5	5	2	3	1	3	3	2	1	2	1	1	5	5	2	2	4	3	5
222	1	4	4	4	1	1	1	3	5	5	5	3	3	5	1	1	2	5	3	1	5	3	5	2
223	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	5	2	5	4	4	1	3	5	4	1	3	3	1	1
224	3	5	3	1	2	4	1	4	2	5	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2
225	2	2	1	3	4	3	1	4	1	4	5	5	4	4	3	5	1	3	1	2	1	1	1	2
226	1	2	1	4	5	5	3	4	1	2	5	1	3	4	5	5	4	1	5	1	5	5	3	3
227	1	1	1	1	1	4	1	2	3	3	4	2	4	4	3	4	5	2	1	1	1	1	5	5
228	1	2	2	3	5	5	4	5	2	5	4	4	1	2	3	2	4	2	2	1	1	2	5	3
229	1	2	2	1	5	4	5	2	5	2	1	3	1	3	2	5	2	2	4	2	5	3	4	1
230	4	5	3	4	2	2	5	1	2	2	3	1	2	5	2	4	3	5	3	1	1	5	3	5
231	3	1	1	1	2	3	5	1	5	3	5	5	1	5	2	1	2	5	2	3	2	2	5	4
232	1	1	3	3	2	4	4	4	4	2	3	5	5	2	1	4	3	1	5	3	2	1	5	3
233	1	4	4	1	5	1	5	2	1	4	2	1	1	2	5	5	5	1	2	5	3	1	3	3
234	3	2	3	1	5	2	4	5	4	5	5	2	4	2	4	1	5	3	2	2	4	3	4	2
235	4	4	1	3	5	4	5	5	1	2	4	5	3	1	2	5	5	4	1	3	5	4	5	5
236	3	2	4	5	2	3	3	2	1	5	1	2	2	3	2	5	5	5	3	2	2	3	3	5
237	3	3	2	1	2	2	3	5	2	5	5	4	4	2	3	2	2	5	2	5	4	4	1	4
238	2	5	5	1	1	1	3	2	3	2	2	5	3	1	3	2	1	1	4	4	1	2	3	2
239	1	1	4	2	4	1	2	4	1	2	5	4	1	4	4	3	4	5	1	2	4	1	2	4
240	3	5	3	1	4	4	4	1	1	1	4	3	4	1	2	1	1	5	5	3	4	5	4	3
241	3	5	5	1	2	1	2	2	4	2	4	2	3	5	2	5	5	4	1	4	2	2	5	5
242	5	1	3	2	5	1	4	1	4	2	2	2	2	4	4	1	1	1	1	2	1	5	3	2
243	4	2	3	3	2	2	4	5	5	1	1	3	4	1	3	1	4	3	3	5	4	2	5	2
244	4	1	1	1	4	5	5	2	2	4	4	2	5	1	4	2	1	1	1	3	4	1	2	4
245	3	3	2	4	3	5	2	3	3	4	4	1	4	3	1	3	2	5	2	2	3	2	1	5
246	1	1	3	3	2	4	5	3	5	5	5	4	3	4	3	2	5	4	4	5	2	4	1	3
247	1	5	4	1	5	2	2	2	3	3	2	4	2	4	1	4	2	5	2	2	5	4	1	1
248	3	1	5	2	3	5	1	1	3	2	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	2	5	5
249	1	2	4	4	2	3	3	4	3	2	4	4	3	5	5	5	3	5	4	3	2	5	4	2
250	3	2	2	5	1	5	5	3	5	2	1	5	2	3	4	1	4	2	2	2	4	5	2	1
251	1	5	3	3	5	5	5	4	1	3	5	5	4	5	2	5	5	2	1	3	3	5	5	4
252	5	3	4	1	5	5	2	4	2	4	3	4	2	2	3	2	1	5	4	4	1	2	3	2
253	2	4	5	3	5	3	5	4	2	3	1	3	2	5	3	4	1	5	1	5	1	2	3	2
254	1	2	1	3	1	4	1	5	4	4	1	3	4	4	2	3	2	2	2	1	3	3	4	1
255	4	4	5	3	4	1	1	3	3	2	5	4	4	5	5	5	2	4	2	4	4	3	3	5
256	5	5	1	3	4	4	4	1	1	3	1	4	1	4	3	4	4	4	2	3	5	3	1	3
257	3	4	2	4	2	4	1	5	2	3	5	1	1	4	4	4	1	5	2	3	2	4	1	2
258	3	5	5	2	5	2	5	2	4	4	2	1	5	3	4	5	1	5	4	3	5	3	1	1
259	1	5	4	3	5	1	4	4	1	1	2	1	5	5	5	4	4	1	2	4	3	2	5	4
260	1	4	3	1	1	1	3	1	5	5	2	2	5	4	4	4	5	4	3	4	3	2	3	3
261	4	2	1	1	3	2	3	1	4	1	3	1	2	4	1	2	2	3	4	3	1	1	2	1
262	2	3	1	5	1	2	4	2	3	4	2	1	3	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4
263	5	5	2	2	3	1	4	4	4	4	1	1	3	5	1	3	5	2	2	4	2	5	5	2
264	4	2	3	5	5	5	2	4	4	1	2	1	5	2	1	4	2	5	4	2	5	1	1	5
265	5	4	3	5	5	1	4	5	4	5	1	4	3	1	4	5	1	4	5	3	4	4	2	2

266	3	4	3	5	5	2	5	2	1	4	1	3	1	5	5	5	4	1	4	3	3	1	5	4
267	4	4	4	4	5	3	4	1	1	3	4	1	4	4	3	3	2	1	5	4	4	4	1	3
268	5	2	1	1	5	3	1	2	3	4	2	3	4	1	5	2	2	1	5	2	5	5	2	1
269	3	5	1	1	1	3	4	1	4	4	5	1	5	2	3	5	1	4	4	5	3	1	1	3
270	4	1	2	5	2	1	3	1	4	2	1	4	2	3	3	2	5	4	1	3	3	5	2	1
271	4	4	5	5	1	1	3	3	4	4	5	5	2	2	4	1	3	2	3	4	4	3	1	3
272	4	4	3	5	1	1	3	4	1	3	1	3	4	2	4	2	4	1	2	2	5	5	5	1
273	1	5	1	5	3	3	3	4	3	4	2	4	2	4	4	4	3	2	2	4	5	5	3	3
274	5	1	1	5	1	5	3	3	3	4	3	4	1	4	2	1	2	4	5	2	1	1	1	1
275	3	4	4	1	5	5	1	4	3	4	1	2	4	3	2	4	3	2	2	1	3	2	3	5
276	4	3	4	2	4	1	5	1	5	2	2	1	1	2	5	3	4	5	2	2	4	1	5	2
277	4	3	1	2	1	3	5	3	2	1	4	3	5	3	5	5	5	1	5	3	3	3	2	5
278	1	5	1	2	2	5	4	5	1	3	3	1	4	5	2	3	4	1	2	5	1	5	3	2
279	4	2	4	4	3	2	5	4	2	3	1	1	1	1	4	1	4	3	1	4	3	2	1	1
280	2	1	1	3	1	5	1	5	2	4	3	3	2	5	2	2	4	3	3	1	5	2	1	1
281	2	3	1	5	4	1	3	2	3	4	1	5	4	2	4	5	3	3	1	2	3	2	1	3
282	5	4	1	1	2	2	4	4	2	2	1	3	2	1	3	1	4	5	4	4	4	3	5	1
283	4	2	2	5	4	5	4	5	1	3	5	5	4	5	4	1	5	3	5	2	2	3	2	3
284	4	5	1	3	3	4	5	1	1	5	4	5	4	1	1	4	3	3	1	3	1	2	2	5
285	3	5	1	1	4	5	4	2	5	4	3	2	2	4	3	2	2	3	1	2	1	5	3	1
286	1	3	1	4	3	2	3	3	1	1	5	5	3	2	2	4	3	2	1	4	5	4	5	5
287	4	4	4	4	3	2	3	3	5	1	1	1	2	2	3	3	1	2	2	4	2	3	4	2
288	2	1	5	2	2	1	4	5	1	3	5	5	5	5	2	5	2	2	3	3	3	3	1	3
289	4	4	3	5	1	5	2	1	4	5	3	3	1	2	4	2	3	3	4	4	3	2	5	2
290	5	4	5	2	1	3	3	2	3	5	5	3	1	5	4	4	4	3	3	3	5	2	2	4
291	3	2	1	1	3	2	2	2	5	1	4	4	2	2	5	5	4	4	5	1	1	3	5	4
292	4	2	1	2	3	2	2	5	3	3	4	2	4	5	4	5	3	2	4	5	1	3	4	4
293	1	5	3	2	1	1	4	4	1	2	3	1	3	5	5	2	4	3	2	5	3	4	4	5
294	1	3	5	4	4	3	3	3	2	1	1	4	4	1	5	3	4	1	5	3	4	5	2	4
295	5	3	4	3	3	4	5	3	1	1	2	1	5	1	5	5	4	1	5	5	2	4	2	3
296	1	3	2	2	1	5	2	2	3	1	4	1	4	1	1	4	5	2	1	4	2	1	2	3
297	3	5	3	1	5	4	5	3	5	2	5	3	2	2	1	1	1	4	1	1	5	3	1	3
298	3	4	3	1	4	2	2	4	1	5	2	1	4	1	3	5	4	3	4	4	2	1	5	2
299	3	5	5	5	1	1	2	4	1	3	2	2	2	4	1	4	1	1	3	4	2	3	3	5
300	4	5	2	3	1	5	1	4	1	5	4	5	3	5	5	3	3	1	1	1	3	4	2	3
301	3	1	2	2	2	3	2	3	2	5	3	4	3	1	3	2	2	1	4	2	3	1	5	1
302	3	2	2	2	3	3	4	5	2	4	5	5	2	5	3	5	3	4	2	4	1	1	4	5
303	3	3	2	1	3	1	3	4	1	1	4	5	5	3	1	5	4	4	2	4	4	1	3	5
304	1	4	5	4	5	3	3	4	5	4	5	3	4	1	3	1	2	1	5	3	1	3	4	4
305	2	2	5	5	3	5	5	1	4	3	2	4	1	4	2	5	5	1	3	4	4	2	2	2
306	1	3	3	3	4	1	1	3	5	3	2	5	2	5	3	2	4	1	5	1	2	2	4	1
307	2	3	5	4	5	1	5	2	3	3	4	3	2	2	1	5	1	2	5	4	5	3	4	2
308	2	5	4	5	3	5	1	2	3	1	2	4	3	4	3	4	2	1	5	3	3	1	2	5
309	5	3	1	4	3	4	3	2	4	4	4	2	2	5	2	2	4	1	3	4	2	2	2	2
310	2	3	4	1	3	1	4	5	5	2	5	4	2	1	3	3	3	1	4	4	4	1	5	5

311	1	4	4	2	4	3	1	1	4	1	4	4	1	3	1	3	2	3	3	4	1	5	4	1
312	4	2	4	2	2	3	2	4	5	1	3	1	3	1	2	4	5	1	1	4	5	3	1	4
313	2	3	4	1	5	3	4	5	1	3	2	5	1	1	3	4	5	5	1	4	4	2	2	5
314	2	5	4	5	3	2	2	5	5	1	2	5	4	2	4	3	1	4	5	2	2	5	4	2
315	4	4	5	4	5	4	5	3	1	2	2	5	3	2	5	4	2	3	2	2	4	3	5	5
316	1	4	2	3	4	1	2	2	4	5	1	5	3	5	2	5	5	5	5	1	1	2	3	1
317	3	1	3	2	5	5	3	2	1	3	2	2	2	2	5	1	1	2	3	2	5	5	4	1
318	5	2	5	4	1	3	3	5	2	1	2	1	1	2	4	5	2	1	4	3	5	1	4	5
319	5	4	3	3	2	4	1	2	4	5	2	2	1	1	5	3	3	3	4	5	5	1	1	3
320	3	2	2	5	4	1	4	3	4	3	4	3	1	2	4	4	3	3	2	1	2	3	3	3
321	5	4	2	2	1	3	3	4	4	1	3	5	2	5	3	5	2	1	5	3	2	1	2	2
322	1	2	1	5	1	2	2	5	2	3	1	1	4	2	5	4	2	4	3	3	4	3	5	3
323	4	1	4	4	3	1	2	5	4	2	2	3	5	4	3	2	4	5	2	4	1	1	4	5
324	3	3	5	1	2	3	4	3	4	5	5	2	5	1	3	1	1	3	3	4	2	2	4	5
325	4	5	3	3	5	1	5	4	3	3	1	5	1	2	1	4	1	5	5	4	2	5	2	5
326	1	5	2	2	5	5	3	1	3	1	4	2	5	5	3	4	4	2	3	2	5	4	1	1
327	1	5	1	4	4	4	3	4	1	5	3	5	2	5	2	4	3	3	5	2	4	1	3	5
328	4	2	1	5	1	5	3	5	4	4	3	3	1	4	5	1	1	3	2	4	2	1	3	2
329	1	2	1	2	3	1	5	1	5	5	1	4	5	5	3	1	5	1	5	1	1	4	1	2
330	3	4	5	4	5	1	2	2	5	4	5	5	2	2	2	3	2	1	3	4	1	3	5	4
331	5	3	1	2	2	2	4	4	4	4	2	3	3	2	3	2	3	4	1	5	1	5	2	5
332	1	4	3	1	4	5	1	3	5	1	4	3	3	1	3	2	4	3	3	1	2	4	3	1
333	1	1	1	2	2	4	2	4	3	2	4	5	3	3	1	5	3	1	3	1	3	5	2	3
334	5	3	3	3	2	4	3	1	5	2	2	4	4	1	5	1	5	3	1	3	2	4	3	1
335	3	1	1	1	4	4	1	4	4	2	5	2	4	3	1	5	3	3	2	5	4	5	5	2
336	4	4	4	4	3	1	5	4	5	1	4	4	1	1	5	2	3	5	1	4	4	2	4	1
337	3	2	5	1	1	1	2	5	4	2	3	4	2	5	3	4	2	4	3	5	1	2	3	4
338	1	3	3	1	3	1	5	5	1	3	2	1	3	3	3	5	5	3	5	1	1	2	5	4
339	1	5	5	2	2	5	5	2	3	2	1	3	4	2	1	4	2	5	1	1	2	4	3	5
340	3	3	2	3	4	2	5	3	1	4	4	5	5	4	2	5	4	4	2	3	5	2	5	4
341	1	3	1	4	2	5	4	4	5	2	4	5	4	1	4	2	5	2	1	5	4	3	4	3
342	1	3	5	5	4	2	4	4	4	4	2	5	2	1	2	4	1	2	2	4	2	1	2	4
343	3	5	2	3	1	2	2	1	4	3	2	5	2	4	2	1	5	4	3	2	1	3	3	4
344	3	3	2	3	1	2	3	4	2	2	5	5	2	3	1	5	4	5	1	2	4	3	5	1
345	1	3	2	5	1	4	5	2	5	5	4	5	4	5	1	4	5	5	4	2	3	3	4	5
346	3	2	4	1	4	4	3	1	3	2	5	3	3	4	5	2	4	2	2	2	5	4	5	3
347	5	3	1	3	2	2	5	4	3	5	4	3	4	5	3	1	4	5	4	5	1	4	2	2

Base de Datos de la Prueba Piloto

N	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	E1	E2	E3	E4	E5	E6	M1	M2	M3	M4	M5	E1	E2	P1	P2	P3
1	2	1	2	1	3	1	1	1	2	4	1	3	1	2	2	1	2	2	3	1	3	2	2	1
2	3	2	4	1	2	1	2	4	3	2	4	2	2	2	5	3	1	1	2	2	5	2	1	5
3	4	1	5	4	2	3	2	3	3	2	3	2	1	2	3	1	1	2	3	4	1	3	1	3
4	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	5	1	1	1	1	2	2	1	1

5	4	1	1	5	3	3	2	1	3	3	5	5	3	5	2	1	1	2	1	3	1	4	5	1
6	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5	3	2	3	1	3	5	4	5	5	4	3	2	3	5
7	1	4	4	4	3	2	1	2	2	2	4	3	2	5	1	2	3	2	2	5	2	1	1	1
8	2	1	2	1	3	1	4	2	3	4	3	2	4	3	2	4	5	5	1	3	1	2	2	2
9	1	4	4	1	4	5	1	4	5	2	1	4	3	2	1	3	2	3	5	2	1	1	1	1
10	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	1	3	4	4	4	4	5	5	5	5

Análisis de Confiabilidad: Encuesta

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Nº de elementos
,900	,902	24

ANOVA con prueba de Friedman y prueba para no aditividad de Tukey

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	Chi-cuadrado de Friedman	Sig
Inter sujetos	137,254	9	15,250		
Intra sujetos					
Entre elementos	21,596	23	,939	,616	,915
Residuo					
No aditividad	,004	1	,004	,003	,959
Equilibrar	315,442	206	1,531		
Total	315,446	207	1,524		
Total	337,042	230	1,465		
Total	474,296	239	1,985		

Media global = 2.68

Para el instrumento de medición (Cuestionario) para medir las Variables se validó con una prueba piloto y analizada por el método de Alpha de Cronbach, hallando un coeficiente de 0.902 por lo que nuestro instrumento es Excelente para medir las variables de nuestra investigación.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,900	24

Ficha Técnica de Evaluación de Tesis

Autor: **Gutiérrez Villar Ana; Guerra Rodríguez Darlene Victoria**

Nombre de la Tesis: "Responsabilidad Social Empresarial y su Relación con el
Crecimiento Económico en los Fabricantes de Calzado del Porvenir 2023"

Procedencia: peru

Administración de la Prueba: 15 min/ individual

Calificación: manual

Significación: factor general de responsabilidad social empresarial

- Social
- Económica
- Medio ambiental

Confiabilidad: alfa de Cronbach 0, 900

Validez: método de jueces, análisis factorial confirmado

- Social (0.89)
- Económica (0.90)
- Medio ambiental (0.92)

Materiales: cuestionario, formato en físico

Elaboración: Gutiérrez Villar Ana; Guerra Rodríguez Darlene Victoria

Ficha Técnica de Evaluación de Tesis

Autor: Gutiérrez Villar Ana; Guerra Rodríguez Darlene Victoria

Nombre de la Tesis: "Responsabilidad Social Empresarial y su Relación con el
Crecimiento Económico en los Fabricantes de Calzado del Porvenir 2023"

Procedencia: peru

Administración de la Prueba: 15 min/ individual

Calificación: manual

Significación: factor general de crecimiento economico

- Patrimonial
- Económica

Confiabilidad: alfa de Cronbach 0,912

Validez: método de jueces, análisis factorial confirmado

- Patrimonial (0.92)
- Económica (0.89)

Materiales: cuestionario, formato en físico

Elaboración: Gutiérrez Villar Ana; Guerra Rodríguez Darlene Victoria

ANEXO III


MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MYPES FABRICANTES DE CALZADO DEL PORVENIR, TRUJILLO - 2023"
Línea de investigación:	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Variable Independiente: Crecimiento Variable Dependiente: Responsabilidad Social Empresarial

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias: El instrumento debe aplicarse con pausa y explicación detallada para comprensión y obtener información confiable.



Firma del Experto

Nombre completo: VICTOR HUGO FLORIÁN
DNI: 18217094
Grado: MAGISTER

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES EN UNA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DEL DISTRITO DE TRUJILLO EN EL AÑO 2021
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y gestión empresarial
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Variable independiente: Motivación Variable dependiente: Productividad

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias: En la variable 1, la pregunta 18, sugiero cambiar el término éxito, por ser muy genérico. Puede ser el incentivo cuando logran las metas mensuales
En la variable 2, la pregunta 8 puede enfocarse a la eficiencia de sus actividades, es decir, realizarlo en menos tiempo y con menos recursos.



Nombre completo: ARTURO
FRANCISCO CAMACHO GAYOSO
DNI: 19099510
Grado: Magister / CLAD 02714

Firma del Experto

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MYPES FABRICANTES DE CALZADO DEL PORVENIR, TRUJILLO - 2023"
Línea de investigación:	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Variable Independiente: Crecimiento Variable Dependiente: Responsabilidad Social Empresarial

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?			
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?			
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?			
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?			
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?			
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?			
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?			
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?			
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?			
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?			

Sugerencias:

Conforme

Nombre completo: Mauricio Ríos
Uribe
DNI: 10309430
Grado: Magister en Administración
Estratégica de Empresas



Firma del Experto

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MYPES FABRICANTES DE CALZADO DEL PORVENIR, TRUJILLO - 2023"
Línea de investigación:	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Variable Independiente: Crecimiento Variable Dependiente: Responsabilidad Social Empresarial

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias: En las dimensiones económica y patrimonial de la variable Crecimiento Empresarial, las preguntas 20, 21, 22, 23 y 24 el incremento es del año 2023 con respecto al 2020

Nombre completo: Percy Escalante R
DNI: 26698284
Grado: MAGISTER

Firma del Experto