

INFORME DE TESIS - VALERIA PICHON CASTILLO

por Valeria Antonela PICHON CASTILLO

Fecha de entrega: 18-oct-2023 08:16a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2197694944

Nombre del archivo: TESIS_-_Valeria_Antonela_Pich_n_Castillo_-_FINAL.docx (20.09M)

Total de palabras: 14879

Total de caracteres: 79167

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

BENEDICTO XVI

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



**RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC,
TRUJILLO 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Br. Valeria Antonela Pichón Castillo

ASESORA

Mg. Silvia Ana Victoria Vega Polo

<https://orcid.org/0000-0001-9829-0998>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Desarrollo Organizacional y Talento Humano

TRUJILLO - PERÚ

2023

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Excmo. Mons. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, O.F.M.
Arzobispo Metropolitano de Trujillo
Fundador y Gran Canciller de la
Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dr. Luis Orlando Miranda Díaz
Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Mariana Geraldine Silva Balarezo
Vicerrectora académica

Dr. Jaime Roberto Ramírez García
Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Dra. Ena Obando Peralta
Vicerrectora de Investigación

Dra. Teresa Sofía Reátegui Marín
Secretaria General

APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo, Mg. Silvia Ana Victoria Vega Polo, en calidad de asesora de la Tesis “Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022”, elaborado por Pichón Castillo Valeria Antonela, estimo que este informe de investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y responde a las normas de presentación de Tesis, establecidas en el reglamento de graduación de la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la escuela de pregrado de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.



Mg. Silvia Ana Victoria Vega Polo

DEDICATORIA

A Dios por bendecir y alumbrar mi caminar.

A mis queridos padres Violeta y José; por otorgarme la vida y apoyarme incondicionalmente.

A mi abuela María por su inmenso cariño y ayuda.

Valeria

AGRADECIMIENTO

Principalmente, a la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI; por dar la posibilidad a todos los profesionales, de contribuir diligentemente en el desarrollo de aprendizaje constante en los estudios de administración.

A los docentes; que compartieron sus habilidades profesionales y fortalecieron mi competencia intelectual a lo largo de toda la carrera.

Así mismo a la Mg. Silvia Vega Polo; asesora científica y metodológica; por encaminar el progreso de la propuesta investigativa y en especial por su disposición proactiva en la preparación del informe final de investigación.

Valeria

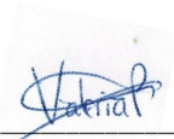
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Valeria Antonela Pichón Castillo con DNI 75069224, egresada del Programa de Estudios de Pregrado de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, para la elaboración y sustentación del informe de tesis: “Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022”, el cual consta de un total de 125 páginas, en las que se incluye 23 tablas y 15 figuras, más un total de 62 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a mi autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 20 %, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

La autora



Pichón Castillo Valeria Antonela
DNI: 75069224

INDICE GENERAL

³ Página de autoridades	ii
Página de conformidad del asesor	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice general	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
II. METODOLOGIA	27
³ 2.1 Enfoque, tipo y diseño de investigación	27
2.2 Participantes de la investigación	28
2.3 Escenario de estudio	29
³ 2.4 Técnicas e instrumentos de recojo de datos	29
2.5 Técnicas de procesamiento y análisis de la información	30
2.6 Aspectos éticos en investigación	30
III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN	52
V. CONCLUSIONES	57
VI. RECOMENDACIONES	59
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	61
ANEXOS	64
Anexo 1: Cuestionario para evaluar la responsabilidad social empresarial	65
Anexo 2: Ficha técnica para la responsabilidad social empresarial	67

Anexo 3: Cuestionario para evaluar la competitividad	69
Anexo 4: Ficha técnica para la competitividad	70
Anexo 5: Validez y fiabilidad de cuestionarios	72
Anexo 6: Operacionalización de variables	112
Anexo 7: Base de datos de responsabilidad social empresarial	116
Anexo 8: Base de datos de competitividad.....	117
Anexo 9: Matriz de consistencia	118
Anexo 10: Carta de autorización de empresa	122
Anexo 11: Ficha RUC de empresa	123

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de colaboradores de DTECNOC S.A.C	28
Tabla 2 Muestra de colaboradores de DTECNOC S.A.C	28
Tabla 3 Categorización de valores y coherencia	31
Tabla 4 Categorización de público interno	32
Tabla 5 Categorización de relación con los proveedores	33
Tabla 6 Categorización de relación con los consumidores	34
Tabla 7 Categorización de relación con la comunidad	35
Tabla 8 Categorización de medioambiente	36
Tabla 9 Categorización de la responsabilidad social empresarial	37
Tabla 10 Categorización de gestión gerencial	38
Tabla 11 Categorización de gestión de producción	39
Tabla 12 Categorización de gestión financiera	40
Tabla 13 Categorización de gestión comercial	41
Tabla 14 Categorización de ciencia y tecnología	42
Tabla 15 Categorización de internacionalización	43
Tabla 16 Categorización de la competitividad	44
Tabla 17 Correlación entre responsabilidad social empresarial y competitividad	45
Tabla 18 Correlación entre valores y coherencia y competitividad	46
Tabla 19 Correlación entre relación con los proveedores y competitividad	47
Tabla 20 Correlación entre relación con los consumidores y competitividad	48
Tabla 21 Correlación entre relación con la comunidad y competitividad	49
Tabla 22 Correlación entre ciencia y tecnología y competitividad	50
Tabla 23 Correlación entre internacionalización y competitividad	51

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Categorización de valores y coherencia	31
Figura 2	Categorización de público interno	32
Figura 3	Categorización de relación con los proveedores	33
Figura 4	Categorización de relación con los consumidores	34
Figura 5	Categorización de relación con la comunidad	35
Figura 6	Categorización de medioambiente	36
Figura 7	Categorización de la responsabilidad social empresarial	37
Figura 8	Categorización de gestión gerencial	38
Figura 9	Categorización de gestión de producción	39
Figura 10	Categorización de gestión financiera	40
Figura 11	Categorización de gestión comercial	41
Figura 12	Categorización de ciencia y tecnología	42
Figura 13	Categorización de internacionalización	43
Figura 14	Categorización de la competitividad	44
Figura 15	Correlación entre responsabilidad social empresarial y competitividad	45

RESUMEN

La presente investigación tuvo por fin determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de DTECNOC S.A.C, con la finalidad de precisar y mejorar la responsabilidad social empresarial y su competitividad como elementos principales para posicionarse en el rubro donde se desenvuelven. Con relación a ello, fue sugerida la hipótesis general a fin de manifestar si existe relación directa y significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de DTECNOC S.A.C, la cual para probarla se aplicó el método de correlación de Rho de Spearman (r) logrando $r = 0.231$, $p = 0.267$, los cuales son valores bajos pero que demuestran una relación significativa positiva. Para conseguir el objetivo y logro de la investigación, se consideró a 25 colaboradores como muestra a quienes se les aplicó como instrumento dos cuestionarios, el primero con 28 ítems para medir la responsabilidad social empresarial con sus dimensiones y el segundo con 24 ítems para medir la competitividad con sus respectivas dimensiones, además a ello se utilizó métodos: de investigación, bibliografía y estadística, obteniendo resultados que evidencian que si existen relaciones de carácter directo y significativo los cuales intervienen en las mejoras de la empresa DTECNOC S.A.C. Conclusión: se ha resaltado que las pocas prácticas de rse que han llevado a cabo en la empresa ha impulsado el alto grado de competitividad de la misma (100%) lo cual indica que tienen una buena gestión administrativa a nivel general en toda la organización.

¹ Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Competitividad, Gestión.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the relationship between corporate social responsibility and the competitiveness of DTECNOC S.A.C, with the purpose of specifying and improving corporate social responsibility and its competitiveness as main elements to position itself in the field where they operate. In relation to this, the general hypothesis was suggested in order to express whether there is a direct and significant relationship between corporate social responsibility and the competitiveness of DTECNOC S.A.C, which to test it, the Spearman Rho correlation method (r) was applied, achieving $r = 0.231$, $p = 0.267$, which are low values but demonstrate a significant positive relationship. To achieve the objective and achievement of the research, 25 collaborators were considered as a sample to whom two questionnaires were applied as an instrument, the first with 28 items to measure corporate social responsibility with its dimensions and the second with 24 items to measure the competitiveness with their respective dimensions, in addition to this, methods were used: research, bibliography and statistics, obtaining results that show that there are direct and significant relationships which intervene in the improvements of the company DTECNOC S.A.C. Conclusion: it has been highlighted that the few CSR practices that have been carried out in the company have driven its high degree of competitiveness (100%) which indicates that they have good administrative management at a general level throughout the organization.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Competitiveness, Management.

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional, actualmente la responsabilidad social es una cuestión fundamental en las organizaciones, tal como se evidenció en la encuesta realizada por Bain&Company donde un 81% de los participantes confirmo que la sostenibilidad es lo más principal para sus negocios hoy en día que hace unos años y un 85% señala que en el futuro será aún más relevante. Se observa que varias organizaciones están contribuyendo con medidas, acciones, sistemas o programas; para mejorar distintos aspectos de nivel social, económico o ambiental, produciendo así una transformación en la sociedad estimulando a que acojan y colaboren en el desarrollo y ejecución de “valores y principios” en la búsqueda del establecimiento de un mundo mejor, algunos autores conceptualizan a la responsabilidad como un campo de armonía, que asocia las actividades de las empresas con la mejora de necesidades de las personas, como Kotler y Lee (2006) quienes manifiestan que “la rs es el compromiso de una organización por prosperar la calidad de vida de su comunidad mediante la utilización de ciertas prácticas y el aumento de la disponibilidad de sus recursos”. Por otro lado, tenemos a la competitividad que ha originado que las empresas mejoren e innoven sus productos obteniendo ventajas sobre sus competidores, produciendo bienes y servicios enfocándose a la calidad empleando con eficiencia los recursos para lograr la satisfacción y cumplir con las expectativas de los clientes.

En el rubro empresarial diversas organizaciones se han planteado como objetivos fundamentales: producir ingresos y producir beneficios; a simple vista el primero permite a las empresas mantenerse en mundo de los negocios mientras que el segundo consigue que las personas se desarrollen a nivel personal como profesional. Para consolidar ambos objetivos es necesario plantear mecanismos que direccionen correctamente la gestión interna como externa de la empresa, en ese sentido es importante empezar por los colaboradores ya que son el talento humano que mueve a la organización y que muchas veces es dejado en segundo plano, como es de conocimiento un colaborador insatisfecho impacta negativamente en el rendimiento organizacional, afectando las relaciones con los proveedores y clientes en general.

En el Perú, recién hace unos 15 años es que la responsabilidad social apareció en las agendas de las organizaciones debido a que antes el interés primordial se centralizaba en obtener el mayor rendimiento económico, estableciendo a la empresa

en el núcleo de sus actividades/procesos y a los stakeholders a su alrededor. Sin embargo esa perspectiva ha cambiado porque en la actualidad según un estudio de la universidad de ESAN la totalidad de empresas peruanas tiene conocimiento de la responsabilidad social, pese a ello solo un 15% consideran que deben ponerlo en marcha y lamentablemente solo un 5% de las empresas en el Perú está aplicando la responsabilidad social, esto nos indica que las empresas ahora se enfocan en mejorar tanto sus procesos como la calidad de vida de la sociedad, a pesar de ser pocas las organizaciones que vienen mejorando sus actividades ya se evidencia la actitud por participar en esta iniciativa.

En La Libertad, son pocas las empresas regionales están realizando acciones positivas a favor de la población como, mejora en hospitales, generación de empleos o construcción de carreteras y colegios; de tal manera están abarcando algunos sectores o niveles que necesitan mayor atención para potenciarse y fortalecerse. Esto produce que las personas y la sociedad en general tengan una buena y positiva imagen sobre las empresas socialmente responsables. Tal como menciona Colmenares & Colmenares (2015) “las empresas por medio de la responsabilidad social han logrado expandirse a nuevas posibilidades y perspectivas, basándose en el respeto a los derechos humanos y en los valores cívicos como, la tolerancia, el respeto, la diversidad y el pluralismo, entre otros”. Aplicando la RSE, diversas empresas están siendo consideradas más competitivas ya que sus acciones tienen repercusiones positivas tanto en la empresa como en la sociedad.

En Trujillo, DTECNOC SAC es un empresa dedicada a comercializar productos y servicios tecnológicos como celulares, accesorios móviles, cámaras de vigilancia, impresoras térmicas, entre otros siendo su público objetivo personas naturales y jurídicas, tiene conocimiento de la RSE sin embargo aplica muy pocas acciones socialmente responsables, de las que se rescata el incentivar y promover la preservación del ecosistema a través de la reutilización de material publicitario que en la mayoría de empresas comerciales es desechado, así mismo emplea cajas eco amigables para distribución de sus productos, como cultura empresarial fomentan siempre el reciclaje tanto internamente como externamente. Se observa que sus mejoras comerciales y competitivas no van de la mano con la ejecución de proyectos de responsabilidad social, para así restablecer la impresión de ciertos grupos interés de ser solo una empresa que se preocupa por obtener ganancias e incrementar su rentabilidad dejando de lado a aspectos sociales, medioambientales y laborales. Así

mismo su competitividad refleja la capacidad que tienen para innovar y comercializar productos de calidad en el mercado donde se desenvuelven, ofreciendo precios bajos y maximizando el rendimiento de sus materiales empleados.

Ante lo expuesto surge la necesidad de saber el grado de relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de la empresa DTECNOC SAC.

Se propuso como problema general conocer ¿Qué grado de relación existe entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?

Asimismo, se consideraron ocho problemas específicos para la presente investigación.

La ejecución del estudio realizado tiene gran importancia y se justifica a continuación:

Justificación Legal. Este estudio, se desarrolla cumpliendo con el Reglamento de Elaboración y Sustentación de la Tesis de la carrera profesional de Administración, de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.

Justificación Social. Esta investigación tiene gran relevancia ya que va a permitir conocer cómo se desarrollan las actividades y/o procesos de responsabilidad social empresarial dentro de la empresa DTECNOC SAC, así como el grado de competitividad con la finalidad de que se mejore y desarrollen programas socialmente responsables. Con esta investigación se pretende impulsar o incentivar a instituciones para que apliquen la rse en beneficio de sus stakeholders.

Justificación Teórica. La investigación aporta de manera teórica puesto que se abordará ciertos conocimientos, conceptos y aportes teóricos que van a profundizar las variables de estudio, con lo cual también se podrá emitir nueva información en base a los hallazgos realizados; asimismo conocer la relación entre la rse y la competitividad.

Justificación Práctica. La investigación contribuye prácticamente porque proporcionara referencia de cómo se encuentra la postura vigente dentro de DTECNOC SAC, para que así dueños, gerentes o jefes tomen medidas o acciones al respecto. En función de los resultados que se obtengan las empresas podrán plantear sus objetivos y estrategias para fortalecer y/o potenciar sus niveles de competitividad en el rubro que se desempeñan.

Justificación Metodológica. La investigación tiene utilidad metodológica dado que se va a proporcionar información acerca del diseño de investigación, asimismo de los instrumentos que se pueden utilizar para la recopilación de hallazgos de ambas variables de estudio, los instrumentos que se emplearan son dos cuestionarios que cuentan con la validación y confiabilidad requerida.

La indagación sobre información de aquellos estudios e investigaciones relacionados con las variables responsabilidad social empresarial y competitividad permite mencionar los posteriores antecedentes:

A Nivel internacional Guambo (2018) en su estudio planteó como fin principal establecer los factores de influyen en el desarrollo de la rse a través de herramientas y técnicas que contribuyan a la Ventaja Competitiva de las Empresas familiares. Siendo una investigación con enfoque cualitativo de tipo descriptiva correlacional. En el estudio se aplicó como instrumento el cuestionario a 378 empresas familiares. Cuando finalizo la investigación se concluyó que las empresas presentan fallas en el cumplimiento de las ideas de responsabilidad social, además a ello no existen estrategias administrativas basadas en responsabilidad social ocasionando una ineficaz guía empresarial de gestión, produciendo dudas al lograr el desarrollo sostenible. Pese a lo mencionado anteriormente también se determinó que la responsabilidad social crea valor a la organización al implicar a todos sus stakeholders en el desarrollo de mejoras continuas convirtiendo a la empresa sostenible y competitiva en el tiempo.

Vergara (2016) en su investigación tuvo como fin central determinar las relaciones vigentes entre la rse y la competitividad. Siendo un estudio documental de tipo descriptivo correlacional con enfoque cualitativo. Se elaboró un recuento de trabajos de investigación en la base de datos electrónicas a los que estudiantes de la UCP tienen acceso. Al culminar la investigación se determinó que la responsabilidad social se presenta como una pieza que puede dar solución a los problemas ambientales ya que propone la relevancia de unir objetivos económicos, ambientales y sociales buscando el desarrollo de estrategias para crear valor compartido. Además, se estableció que la competitividad no solo depende de la responsabilidad social empresarial para propiciar su mejora, pero si es un componente que influye más debido a que afecta en diversos criterios de la competitividad empresarial.

León & Afcha (2015) en su artículo científico “Incidencia de las partes interesadas en la rsc de las micro, pequeñas y medianas empresas de Santa Marta”

elaborada en Colombia. La investigación ejecutada es descriptiva y explicativa, de enfoque cuantitativo. A una muestra de 499 empresas se aplicó un cuestionario como instrumento. Se concluyó que en Santa Marta el volumen de la organización tiene un efecto relevante en la práctica de la RSE, también se evidenció que el tamaño de la organización perjudica su pre organización a aumentar ciertas pruebas. Así mismo los resultados arrojaron que ciertas prácticas realizadas con algunos stakeholders sirven como promotores de responsabilidad social en las Mipymes locales, pese a que las tareas de rs no están incluidas en las tácticas de estas organizaciones.

Cubillos (2015) en su artículo científico “La rse como elemento estratégico en las Mipymes colombianas”. La investigación fue un estado del arte, es decir se basó en la recopilación teórica de información relacionada a la variable en estudio. Al finalizar la investigación se obtuvo que la RSE es comprendida como un compromiso en las empresas, la cual está tomando mayor presencia en Colombia, con ello su desarrollo, ejecución y manejo en las Mipymes permite que estas cumplan con su ética empresarial, potenciando la calidad de vida de sus stakeholders. Es necesario ver a la RSE como un proceso dinámico y flexible, todo ello es importante para que las empresas se adapten en pro de una mejora continua a nivel interno como externo.

Lara & Sánchez (2022) en su artículo científico “RSE para la competitividad de las organizaciones en México”. La investigación empleó la literatura presente con varias realidades empresariales y la forma en que se pueden adecuar al logro de beneficios sociales dentro de la empresa. Al finalizar la investigación se obtuvo que la rse en México es un componente que produce un rendimiento sobresaliente a largo plazo para la organización, resaltando el crecimiento de niveles competitivos como consecuencia incremento de rentabilidad, buen concepto de marca y óptima comunicación dentro de la empresa.

A Nivel nacional Arbieto (2019) en su estudio estableció como fin central determinar la relación entre la rse y la competitividad de trabajadores en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Fue un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo aplicado y diseño descriptivo correlacional no experimental. En la investigación participaron 80 trabajadores de SEMMAQ, a quienes se aplicó un cuestionario como instrumento. El estudio concluyó que realmente hay relación entre la RSE y la competitividad de SEMMAQ, 2019, ya que se consiguió 0.507 de Rho de Spearman, lo que representa que al desarrollar mejor la RSE se mejorara la competitividad de la empresa, es decir

los trabajadores serán más productivos a corto plazo, lo cual se reflejará en la buena rentabilidad de la organización.

Díaz y Salazar (2018) en su investigación tuvieron como fin principal determinar la relación entre la rse y competitividad en "Trucha Dorada". Fue una investigación con diseño no experimental transversal correlacional. Participaron 244 pobladores de Chota y 25 trabajadores de la empresa. Se empleó el cuestionario y las fichas de registro de datos como instrumentos. Terminado el estudio se concluyó que hay relación entre la RSE y competitividad de "Trucha Dorada SRL", el valor de relación de las variables es de 0,463*. Sin embargo, la empresa no brinda charlas informativas a los pobladores sobre la preservación del medio ambiente, le falta apoyar actividades culturales en la localidad y se evidencio la poca capacitación que brinda a sus colaboradores. Con relación a su competitividad la empresa da por eficientes sus fases de producción los cuales son reconocidos por los pobladores ya que se evidencia la calidad a los procesos, además de contar con una infraestructura moderna.

Fernández (2018) en su investigación estableció como fin central establecer la relación entre la rse y la competitividad en las MYPES de Lima Norte. La investigación fue con enfoque cuantitativo, tipo descriptivo explicativo, correlacional y diseño no experimental. Participaron 60 microempresarios como parte de la muestra. Se utilizó como instrumento el cuestionario. Al finalizar la investigación se concluyó que existe repercusión efectiva de la rse en la competitividad, es decir las MYPES estudiadas si implementan políticas de rse pueden encaminar el éxito de su organización que se expresa en el logro de los criterios de su competitividad.

Flores & Silva (2018) en su estudio plantearon como fin principal proponer estrategias de rse para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys. La investigación fue de tipo descriptivo-propositiva, con diseño no experimental. 103 clientes conformaron la muestra. Al concluir el estudio se obtuvo que un 55% de los colaboradores considera que es importante que la empresa aplique un proyecto de RSE para lograr conocimientos y desarrollar proyectos sociales, asimismo un 64,1% de sus clientes señalan que el nivel de competitividad de la empresa es bueno frente a sus competidores sin embargo es necesario que siga elaborando productos de calidad para mantener las expectativas, igualmente la empresa debe colaborar con las ONG e impulsar proyectos sociales.

Cosme & Zapata (2023) en su estudio establecieron como fin fundamental analizar el efecto de la rse en la reputación corporativa y competitividad de las empresas peruanas de la región de Lima Metropolitana. El estudio fue de tipo aplicado, con nivel correlacional, diseño no experimental de corte transversal. Participaron 355 organizaciones como muestra. Se empleó como instrumento la entrevista en línea y el cuestionario. Terminada la investigación se obtuvo que la competitividad empresarial fue detallada en un 69%, entretanto la rc presenta el 52%, también en función al estudio de ruta se obtuvo que la competitividad en relación con la rse económica y social simboliza 0.47 y 0.41 respectivamente. Se concluyó que hay una positiva relación entre rse económica y social con la rc y competitividad empresarial, las organizaciones al implementar estrategias de rse en el medio donde se desenvuelven lograran buenas prácticas, optando por fomentar objetivos sostenibles obteniendo beneficios de las ocasiones que surgen en el mercado.

A Nivel local Vergara (2017) en su estudio considero como fin principal determinar la relación de la rse en la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas de Huanchaco. La investigación fue de tipo cualitativo cuantitativo. 61 microempresas de Huanchaco conformaron la muestra. Se empleó un cuestionario como instrumento. Terminado el estudio se concluyó que la relación entre la rse y la competitividad de la muestra estudiada es recta y verdadera, señalando que al desarrollar tácticas de rse mejorara la rentabilidad de la empresa y se lograrán beneficios a elementos de la competitividad, generando ventaja sobre sus competidores.

Rodríguez (2017) en su estudio estableció como fin central determinar la incidencia de la rse en la competitividad y posicionamiento de la Mype en el Perú 2005-2014. Se usó una metodología no experimental, con corte longitudinal y correlacional. Como instrumento se empleó datos publicados en PRODUCE, MTPE, SUNAT, encuestas de Micro y Pequeña empresas elaboradas por INEI. La muestra estaba conformada por las Mipymes formales del tiempo de 2005-2014. Al culminar el estudio se determinó como conclusión que existe influencia relevante de la RSE sobre la competitividad y lugar de las Mipymes peruanas en el tiempo estudiado. También se obtuvo que, según el tamaño de la organización, estas han generado durante el tiempo de estudio 1'278,076 puestos de trabajo, lo que evidencia que ha habido un crecimiento positivo a nivel interno y externo en las Mipymes.

Cacho & Toledo (2019) en su estudio planteo como fin general determinar la influencia de la rs en la imagen corporativa de CrediScotia. La metodología fue de tipo aplicado, con nivel descriptivo correlacional. Se tomó un cuestionario como instrumento a una muestra de 20 colaboradores de la entidad bancaria. Al finalizar la investigación se obtuvo que efectivamente la RSE influye en la figura empresarial, debido a que la muestra encuestada afirmó que los programas de ayuda social mejoran su imagen ante las personas. Así mismo los trabajadores de CrediScotia se sienten identificados y comprometidos en su mayoría con las tareas y reglamentación que la organización les dio para la mejor ejecución de sus actividades internas como externas.

En Bases teórico-científicas de Responsabilidad Social Empresarial se considera lo resaltado por La Confederación de Producción y Comercio y la Fundación Pro humana (2005) mencionando que RSE es un aspecto empresarial de gestión que busca contribuir al crecimiento sostenible de las personas, por medio de la relación de confianza con sus colaboradores, familiares, la sociedad total, y la población cercana en pro de progresar su habitabilidad.

Martínez (2011) menciona que la RSE, es la agrupación de medidas vanguardistas de determinada institución, basándose en el desarrollo de reglamentos y de deontología, con la finalidad de formalizar una entidad corporativa transparente, que genere e integre procesos y/o tareas que fomenten el respeto a los ciudadanos y la preservación del medio ambiente.

Navarro (2012) sostiene en su libro que la RSE, ya no es solo un tema de moda y que con el tiempo se transformó en una base fundamental en la cultura de las diversas organizaciones, están se preocupan por preservar y cuidar el entorno que les rodea, así como potenciar el desarrollo de sus stakeholders. (p. 18)

Fernández (S.F.) afirma que la RSE ha de ser comprendida como una sabiduría y un proceder que incorpora la organización para sus negocios evidenciándose en la integración deliberada de su administración, de inquietudes e intereses de sus stakeholders, con visión extendida al futuro. Una organización responsable socialmente indaga el punto óptimo en cada ocasión entre el rendimiento económico, la mejora del confort de la población y el cuidado del ecosistema. (p. 19)

Wulf (2018) señala que la RSE, es un grupo de valores y principios de administración que representan a la organización, en su ambiente interior

(colaboradores, directivos y accionistas) como exterior (sociedad, clientes/colaboradores, gobierno y otras entidades). (p. 11)

Medina et al. (2008) explican las siguientes teorías sobre la rse:

Teoría de los grupos de interés. Se considera stakeholders a todos aquellos individuos o agrupaciones que son afectados o influyen en las actividades de la empresa. Además, indica que para mayor sentido de la rse en las organizaciones todas las relaciones sociales deben llevar consigo la dimensión del bien común, es decir al considerar los intereses de los diversos stakeholders se podrá cumplir satisfactoriamente con los objetivos de la empresa.

Teoría de la legitimación. Esta teoría señala que para obtener negocios éticos es necesario que exista un acuerdo ³⁵ social entre la organización y la sociedad, en otras palabras, la empresa debe operar respetando los reglamentos sociales, expectativas y visión de la sociedad.

Teoría de la política económica. Esta teoría considera que la empresa puede llegar a tener efectos negativos en la sociedad, debido a ello es necesario que les brinde confianza cumpliendo las políticas ya establecidas. En algunas ocasiones la rse llega a presentar presiones por parte de los stakeholders, para evitar eso las organizaciones deben seguir las leyes involucradas con su misión empresarial.

Teoría institucional. Esta teoría menciona que una empresa es percibida legítima cuando su modelo estructural y acciones que siguen van en línea con las normas y principios sociales. En ese sentido es importante atender las necesidades grupales y consideradas como prioritarias, lo cual generaría resultados generales tanto a la empresa como a la sociedad.

Teoría de la dependencia de recursos. Esta teoría indica que la empresa debe propiciar la indagación de relaciones con los stakeholders de la sociedad, originándose relaciones de dependencia de unos a otros para lograr su meta de conseguir todos los recursos necesarios.

En definiciones de Competitividad se tiene a Jiménez (2006) quien sostiene que la competitividad es la facultad que posee una institución de desarrollar y enriquecer la gestión de la gerencia en todas las direcciones de la organización, guiándose en factores que determinan la mejora de competitividad.

Jerusalmi y Camacho (2007) comparten que la competitividad es la posibilidad que atesora una organización de conseguir una posición única en el mercado y de sobreponerse a otras del mismo sector o rubro mediante métodos no precisamente establecidos, debido a que cada organización innova en la forma de hacerlo.

Reig (2007) menciona que la Competitividad, es un concepto que se define en relación con el mundo empresarial, se entiende como la facultad de las empresas de sostener e incrementar sus utilidades con las condiciones que se conservan en el mercado.

Fundación BBVA & IVIE (2008) sostienen que la Competitividad, es un tema con crecimiento popular que se fundamenta en la competencia de una empresa de lograr ser competitiva y valorada con relación a sus posibilidades de conservar e incrementar la rentabilidad de sus activos. También declaran que la ganancia y permanencia de las empresas en el mercado puede verse como una rivalidad con las demás empresas que operan en el mismo mercado.

Juárez (2013) en su escrito “Turismo sustentable y competitividad”, considera que la Competitividad Empresarial, debe ser comprendida como la facultad que tienen las organizaciones, ya sean privadas o públicas, con fines de lucro no; de adquirir y conservar beneficios positivos que le ayuden conseguir, mantener y perfeccionar un determinado lugar en el ambiente socioeconómico.

Castro et al. (2003) explican la siguiente teoría sobre la competitividad:

Teoría de las cinco fuerzas de la competitividad. Este supuesto señala que existen dos dimensiones en el mundo empresarial: el macro ambiente, comprendido con aquellas fuerzas (económicas, políticas, culturales, sociales, jurídicas, ecológicas, demográficas y tecnológicas) que pueden tener repercusiones en el proceder del grupo y de la organización particularmente; y del campo (organizaciones que fabrican lo mismo bienes o servicios). Las cinco fuerzas participantes se basan en los componentes fundamentales del mercado:

Competidores directos: grupo de organizaciones que brindan los mismos bienes o servicios.

Cientes: grupo de ²⁸compradores de los bienes o servicios.

Proveedores: grupo de ²⁸organizaciones que suministran lo requerido a las empresas para que produzcan y den sus servicios.

Productos sustitutos: ⁴aquellos que cubren las mismas exigencias de los productos existentes en el mercado.

Competidores potenciales: son organizaciones que pueden empezar a competir con las ya presentes en el mercado o sector.

El ambiente donde están las organizaciones precisa su funcionamiento interno y por ello afecta de primera mano en sus resultados. Por ello es importante que las organizaciones comprendan cómo se desarrolla ese ambiente, evaluar sus fuerzas y como interaccionan estas en relación con el manejo de ²¹la empresa, para fortalecer su ventaja competitiva frente a sus competidores.

Se definieron términos básicos en la investigación:

Capacidad, recursos que posee una empresa para realizar actividades.

Comercialización, actividad vinculada a la venta de bienes y servicios entre productores y clientes y/o consumidores.

Competitividad, capacidad de una empresa para innovar y desarrollar ventajas competitivas respecto de su competencia.

Condiciones de vida, forma de vida de las personas donde desarrollan su existencia con particularidades políticas, económicas y sociales.

Desarrollo, proceso de mejorar, evolucionar o progresar.

E – commerce, marketing y venta de productos o servicios por internet.

Gestión, diligencia que se realiza para lograr objetivos o resolver un problema.

Grupos de interés, conjunto de personas que se organizan debido a un interés en común.

Incrementar, elevar, aumentar o hacer más importante algo.

Liquidez, capacidad de una organización para obtener dinero en efectivo.

Medioambiente, agrupación de elementos naturales, comunitarios y culturales presentes en un contexto.

Políticas, conjunto de directrices que dictan normas, procesos y formas de desarrollar y comportarse en ciertos ambientes.

Producción, actividad que permite la creación o fabricación de bienes y servicios.

Proveedor, cierta empresa o persona que suministra bienes o artículos, a otras organizaciones.

Relación, conexión o trato entre dos o más personas o empresas.

Rentabilidad, beneficios que otorga cierta inversión en las empresas.

Dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial. La Confederación de Producción y Comercio y la Fundación PROhumana (2005), establece seis dimensiones sobre la Responsabilidad Social Empresarial, que se detallan a continuación:

Valores y coherencia: hace referencia a ciertas políticas y métodos que direccionan el establecimiento de un marco ético, con la finalidad de orientar la gestión de la organización. Se establecieron como indicadores: códigos de ética, Gobierno corporativo, Transparencia en informes contables, Relaciones leales con la competencia y Reportes de sustentabilidad.

Público Interno: son aquellos procedimientos y políticas que están direccionados al desarrollo y aumento de la habitabilidad de los colaboradores en la organización. Se establecieron como indicadores: Seguridad e higiene, Política de salud, Política con los sindicatos u organizaciones, Políticas de contratación, Políticas de capacitación, Políticas de beneficios, Conciliación vida personal y vida laboral, Política de previsión, Políticas de prevención y sanción del acoso y Política de diversidad.

Relación con proveedores: se refiere a mecanismos y políticas que proporcionan firmeza y medios de mejora a los proveedores a lo largo del tiempo. Se

establecieron como indicadores: ²⁰ Desarrollo de proveedores, Encadenamiento productivo, Aspectos laborales y Subcontratación.

Relación con consumidores: hace referencia a procedimientos y políticas que permiten afianzar la transparencia y el respeto con clientes y/o consumidores. Se establecieron como indicadores: ³⁸ Relación con los consumidores, Política publicitaria y **Conocimiento de daños potenciales.**

Relaciones con la comunidad: se refiere a procedimientos y políticas que determinan cierta relación con stakeholders y su participación con los diversos equipos parte de la comunidad. Se establecieron como indicadores: ²⁰ Diálogos con públicos de interés, Vinculación comunidad, inversión social y Voluntariado corporativo.

Medioambiente: son aquellas praxis, políticas y la implementación y diseño de procedimientos ambientales que permitan asegurar el rendimiento sustentable de la organización. Se establecieron como indicadores: ⁷ Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales, Prácticas ambientales y Sistemas de gestión medioambiental.

Dimensiones de Competitividad. Jiménez (2006), nos presenta una guía de Competitividad direccionado a nivel macro y cercano hacia la organización, comprende:

Gestión comercial: Se establecieron como indicadores ⁴ modelo de mercado en el cual actúa, modelo de cliente, modelo de producto, demanda, política de precios, experiencia en el mercado, vías de comercialización, intervención en el mercado, competencia, publicidad y e-commerce.

Gestión financiera: Se establecieron como ¹² indicadores rentabilidad, estimación patrimonial, endeudamiento, liquidez, fuentes de financiación, prueba ácida, variaciones de situación financiera, flujos de caja, sector económico y crédito.

Gestión de producción: Se establecieron como ³³ indicadores capacidad instalada, antigüedad equipos, nivel de personal, proveedores materias primas, estructura de costos de producción, sistema de Inventarios, flexibilidad y experiencia productiva. Se establecieron como dimensiones:

¹² Ciencia y tecnología: Se establecieron como indicadores inversión en investigación y desarrollo, patentes y líneas telefónicas.

Internacionalización: Se establecieron como indicadores exportaciones y mercados potenciales.

Gestión gerencial: Se establecieron como indicadores ⁷ Escolaridad del empresario, experiencia, conocimiento del negocio, manejo de otros idiomas y tipo de decisor. (pp. 121-122)

¹
Se formuló como Hipótesis general

H₁ Existe grado de relación directa y significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

H₀ No existe grado de relación directa y significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

Así mismo se formularon ocho Hipótesis específicas

II. METODOLOGIA

2.1 Enfoque, tipo y diseño de investigación

No experimental: “Las investigaciones no experimentales consisten en ver fenómenos en su contexto natural, para posteriormente analizarlos.” Hernández et al. (2018). No se manipulará las variables rse y competitividad.

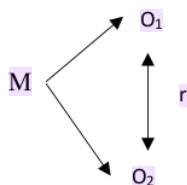
Transaccional: “La investigación Transaccional tiene el propósito de describir las variables y su repercusión en un momento delimitado”. Hernández et al. (2018). La investigación está referida a un periodo de tiempo corto.

Básica: “Los estudios o investigaciones básicas pretenden incrementar el intelecto para dar respuesta a preguntas o para que los aprendizajes puedan ser aplicados en otros estudios”. Hernández et al. (2018). La investigación aumentara los conocimientos sobre la rse y la competitividad.

Método de investigación. Hipotético deductivo: Para estos estudios el investigador elabora una hipótesis para explicar un fenómeno a investigar, infiriendo resultados o conclusiones más primordiales para la hipótesis. Hernández et al. (2018).

Diseño de investigación. Descriptivo - correlacional: “Estas investigaciones tienen el propósito de calcular el grado de relación que existe entre dos conceptos o variables, midiendo cada una de ellas y después, cuantificándolas y analizando la vinculación. Además, están direccionadas a dar respuesta a los orígenes de eventos físicos o sociales, centrándose en detallar por qué se suscita un hecho y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están vinculadas”. Hernández et al. (2018). En esta investigación se midió el grado de relación entre rse y competitividad.

Se esquematiza el diseño de la siguiente manera:



M= Muestra donde se realizará la investigación.

O₁= Responsabilidad Social Empresarial

O₂= Competitividad

r= Relación entre las dos variables

2.2 Participantes de la investigación

Población. “Agrupación de todos los casos que coinciden con una serie de características”. Es el fenómeno por investigar en su totalidad, donde los elementos tienen una cualidad en común, por lo cual se estudia e inicia datos de la investigación. Hernández et al. (2018).

La población se constituyó por 25 colaboradores de DTECNOC S.A.C.

Tabla 1

Población de DTECNOC S.A.C

DETALLE	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
Gerencia General	01		1
Á. administración		03	3
Á. ventas	07	08	15
Á. almacén	06	0	6
TOTAL	34	16	25

Fuente: Datos DTECNOC S.A.C

Muestra. “Subgrupo de la población de interés sobre el cual se reunirán datos, que debe establecerse y delimitarse con tiempo y precisión, igualmente debe ser representativo de la población”. Hernández et al. (2018).

La muestra estuvo constituida por 25 colaboradores de DTECNOC S.A.C.

Tabla 2

Muestra de DTECNOC S.A.C

DETALLE	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL
Gerencia General	01		1
Á. administración		03	3
Á. ventas	07	08	15
Á. almacén	06	0	6
TOTAL	34	16	25

Fuente: Datos DTECNOC S.A.C

2.3 Escenario de estudio

Se empleará un muestreo no probabilístico por interés y conveniencia del estudio se eligió a la muestra fundamentándose en las particularidades requeridas para la investigación.

2.4 Técnicas e instrumentos de recojo de datos

Técnicas. “Son un agregado de procedimientos o reglas para extraer datos o información”. Carrillo (2011). La técnica utilizada fue la encuesta, la cual es un proceso interrogativo, se emplea para indagar y recolectar datos de los individuos que integran la unidad de análisis de la investigación.

Instrumentos. “Recursos y elementos físicos o digitales que se disponen para reunir información”. Carrillo (2011).

Cuestionario sobre responsabilidad social empresarial. Se da a conocer el instrumento elaborado sobre rse, en función de sus seis dimensiones: valores y coherencia, público interno, relación con proveedores, relación con consumidores, relaciones con la comunidad y medioambiente. Cada una de ellas con sus correspondientes indicadores. En función a las dimensiones e indicadores se determinaron los ítems, haciendo un total de 28 interrogantes; cada interrogante tiene 2 opciones de respuesta: Si (1 punto) y No (0 puntos).

Cuestionario sobre competitividad. Se da a conocer el instrumento elaborado sobre competitividad, en función de sus seis dimensiones: gestión comercial, gestión de producción, gestión financiera, gestión gerencial, ciencia y tecnología e internalización. Cada una de ellas con sus correspondientes indicadores. En función a las dimensiones e indicadores se elaboró los ítems, haciendo un total de 24 interrogantes; cada interrogante tiene 2 opciones de respuesta: Si (1 punto) y No (0 puntos).

Validez y fiabilidad de instrumentos. La validación y fiabilidad de los instrumentos aplicados fueron aprobados por investigadores. El modelo final de los instrumentos valorados se sometió a evaluación de expertos.

Validez de instrumentos. Para validar los instrumentos a los investigadores, se les proporciono toda la documentación relacionada con estos, para lo cual establecieron finalmente que el cuestionario de rse obtuvo 85% de valor y el cuestionario de competitividad 84% de valor, con lo cual se dedujo la validez de ambos instrumentos.

Fiabilidad de instrumentos. Para la fiabilidad de los instrumentos se empleó KR20 Kuder y Richardson, esta técnica solo se aplica a estudios en los cuales las respuestas a los ítems son binarias o dicotómicas, en otras palabras, a aquellas que se codifican 1 o 0 (correcto – incorrecto, etc.). Se obtuvo para el cuestionario de rse 0,83 (28 ítems) y para el cuestionario de competitividad 0,85 (24 ítems); ambos datos señalan la fiabilidad alta de los instrumentos.

2.5 Técnicas de procesamiento y análisis de la información

Técnicas de procesamiento. Método científico, se recolecto información en función de la hipótesis, se redujo los datos cuidadosa y posteriormente se analizaron los resultados, con la finalidad de obtener conclusiones representativas que apoyen al estudio. Se estableció valores a cada variable para manifestarse seguidamente en conceptos de medición.

Método estadístico, al tener dos variables ordinales cualitativas se empleará el procedimiento del coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Se empleará IBM SPSS Statistics 25, con la finalidad de calcular las correlaciones.

Análisis de datos. Se estudiará estadígrafos frecuentes de ambas variables en estudio, así como sus dimensiones.

Se interpretará el grado de relación entre la variable rse y la variable competitividad y sus dimensiones.

2.6 Aspectos éticos en investigación

La ética es fundamental en investigación, según manifiesta Pellegrini y Macklin (1999) “un estudio meticuloso y éticamente planteado, puede responder a preguntas concretas formuladas previamente”.

Para la investigación, participaron 25 colaboradores de la empresa DTECNOC SAC, es importante mencionar que sus derechos se respetaron asimismo su libertad de decidir participar en la investigación, debido a que se requería contestar preguntas de carácter personal y laboral.

III. RESULTADOS

Presentación y análisis de resultados

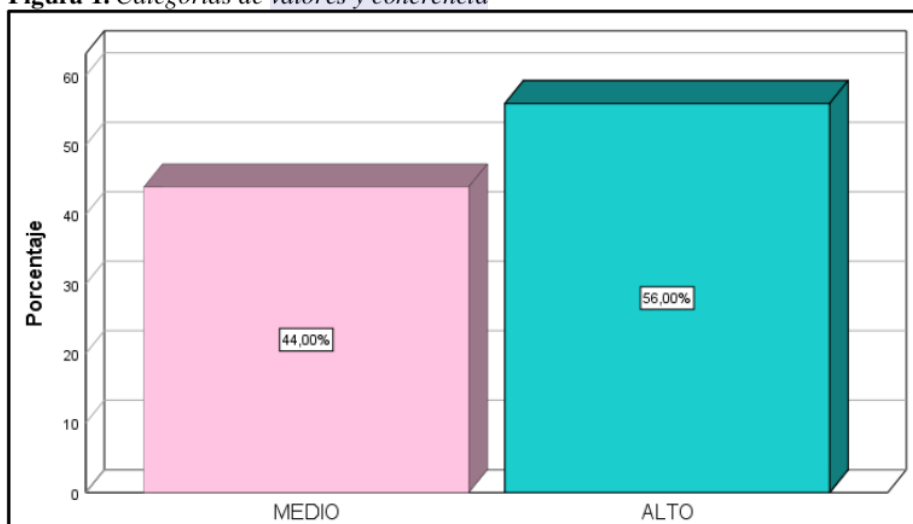
Tabla 3

Categorías de Valores y coherencia

		22 Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	11	44,0	44,0	44,0
	Alto	14	56,0	56,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 1. *Categorías de valores y coherencia*



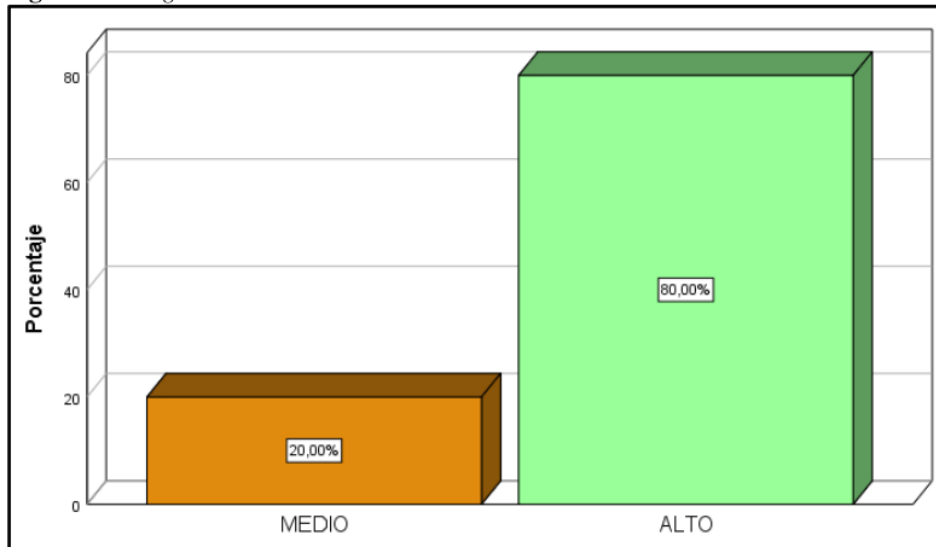
Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión valores y coherencia.*

Interpretación:

La Tabla 3 se demuestra que en las categorías de la dimensión Valores y coherencia un 44% (11) trabajadores creen que la empresa se encuentra en un nivel Medio, ya que participa en diálogos de interés común así mismo demuestra mayor interés en temas sociales y ambientales; mientras que un 56% (14) colaboradores creen que DTECNOC SAC se ubica en un nivel Alto.

Tabla 4*Categorías de Público interno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	5	20,0	20,0	20,0
	Alto	20	80,0	80,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

*Fuente: SPSS 25.***Figura 2.** *Categorías de Público interno**Nota: Distribución de porcentajes de la dimensión público interno.***Interpretación:**

La Tabla 4 demuestra que en las categorías de la dimensión Público interno un 80% (20) trabajadores estiman que la empresa se ubica en un nivel Alto, ya que la empresa considera como elemento fundamental a sus trabajadores al tener un manual de seguridad y ambientes acogedores para trabajar; mientras que un 20% (5) trabajadores creen que DTECNOC SAC se encuentra en un nivel Medio.

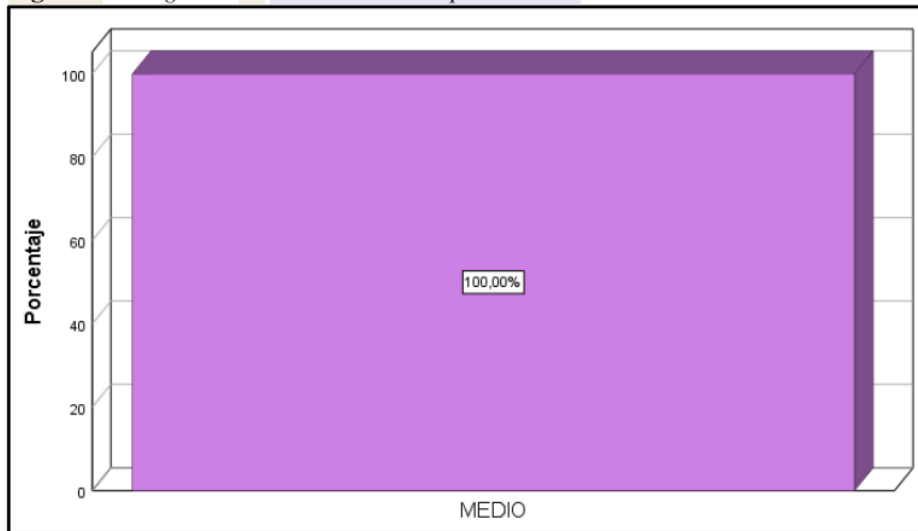
Tabla 5

Categorías de Relación con los proveedores

		18 Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	25	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS 25.

Figura 3. *Categorías de Relación con los proveedores*



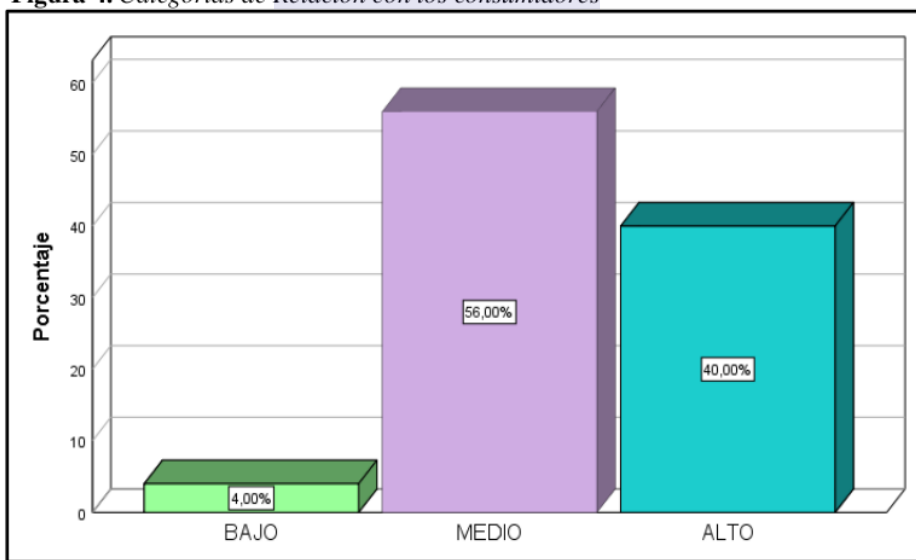
Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión relación con los proveedores.*

Interpretación:

La Tabla 5 demuestra que en las categorías de la dimensión Relación con los proveedores el 100% (25) trabajadores creen que la empresa se encuentra en un nivel Medio, ya que cuentan con un registro de sus proveedores, manteniendo constantemente relaciones de cooperación para fortalecer la cadena productiva.

Tabla 6*Categorías de Relación con los consumidores*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,0	4,0	4,0
	Medio	14	56,0	56,0	60,0
	Alto	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

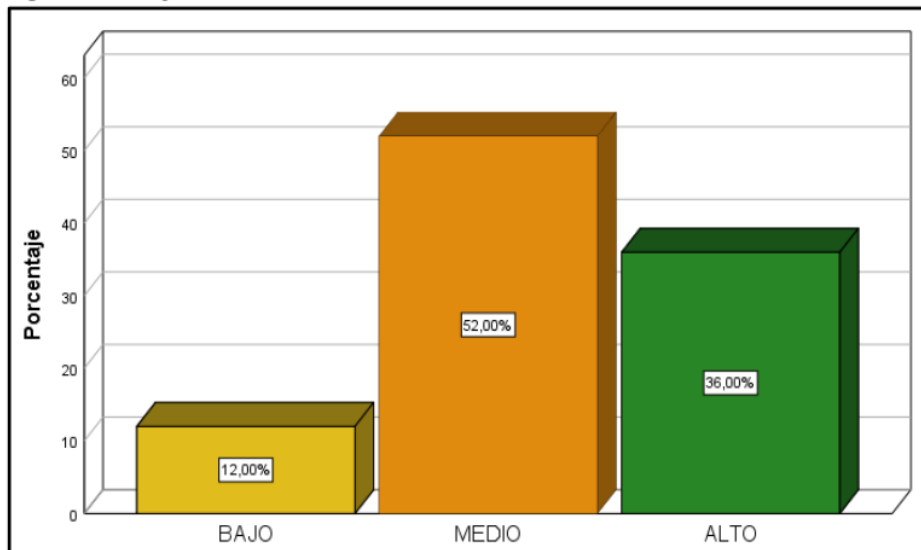
*Fuente: SPSS 25.***Figura 4.** *Categorías de Relación con los consumidores**Nota: Distribución de porcentajes de la dimensión relación con los consumidores.***Interpretación:**

La Tabla 6 demuestra que en las categorías de la dimensión Relación con los consumidores un 58% (14) trabajadores estiman que la empresa se encuentra en un nivel Medio, ya que tienen diversos mecanismos para atender a sus clientes solucionando sus reclamos y aceptando sus sugerencias; mientras que un 40% (10) colaboradores consideran que DTECNOC SAC se ubica en un nivel Alto y con menor dominio un 4% (1) colaborador considera que la empresa se encuentra en un nivel Bajo.

Tabla 7*Categorías de Relación con la comunidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	12,0	12,0	12,0
	Medio	13	52,0	52,0	64,0
	Alto	9	36,0	36,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 5. *Categorías de Relación con la comunidad*

Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión relación con la comunidad.*

Interpretación:

La Tabla 7 demuestra que en las categorías de la dimensión Relación con la comunidad un 52% (13) trabajadores creen que la empresa se encuentra en un nivel Medio, ya que ejecuta proyectos de responsabilidad social empresarial así mismo colabora con actividades organizadas en la comunidad mientras que un 36% (9) colaboradores creen que la organización se ubica en un nivel Alto y con menor dominio un 12% (3) colaboradores creen que la empresa se encuentra en un nivel Bajo.

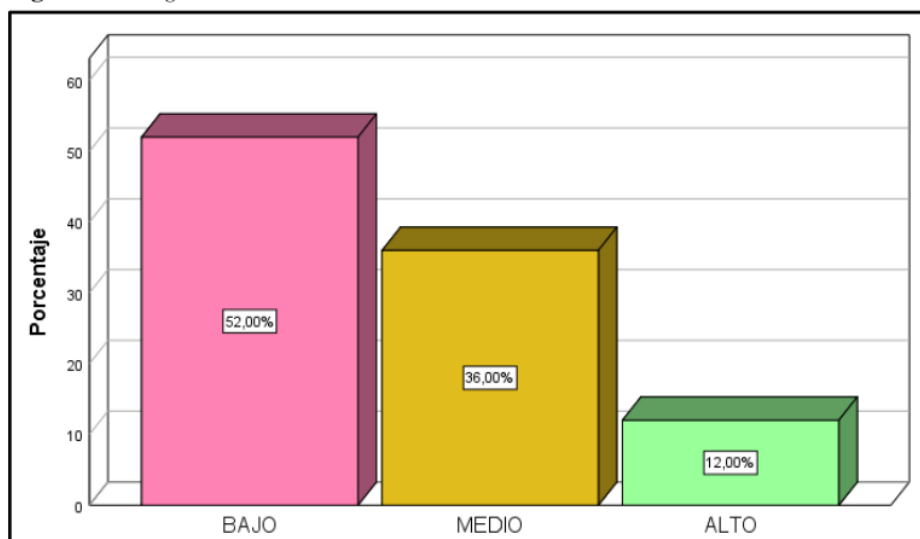
Tabla 8

Categorías de Medioambiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	52,0	52,0	52,0
	Medio	9	36,0	36,0	88,0
	Alto	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 6. *Categorías de Medioambiente*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión medioambiente.*

Interpretación:

La Tabla 8 demuestra que en las categorías de la dimensión Medioambiente un 52% (13) trabajadores estiman que la organización está en un nivel Bajo, mientras que un 36% (9) trabajadores creen que la organización está en un nivel Medio y con menor dominio un 12% (3) colaboradores creen que la organización se ubica en un nivel Alto.

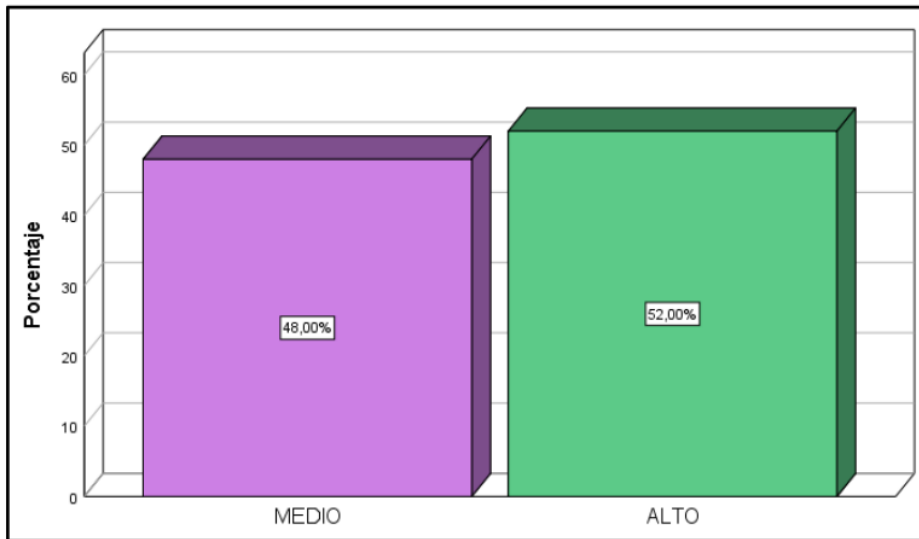
Tabla 9

Categorías de Responsabilidad social empresarial

		25 Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	12	48,0	48,0	48,0
	Alto	13	52,0	52,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 7. *Categorías de responsabilidad social empresarial*



Nota: *Distribución de porcentajes de la variable responsabilidad social empresarial.*

Interpretación:

La Tabla 9 demuestra que en las categorías de la variable Responsabilidad social empresarial existe predominio del nivel Alto con 52% (13) colaboradores, ya que consideran que la empresa viene desarrollando programas teniendo en cuenta tanto a sus colaboradores como también a sus clientes, proveedores, comunidad y sociedad en general; y en dominio menor del nivel Medio con 44% (12) colaboradores.

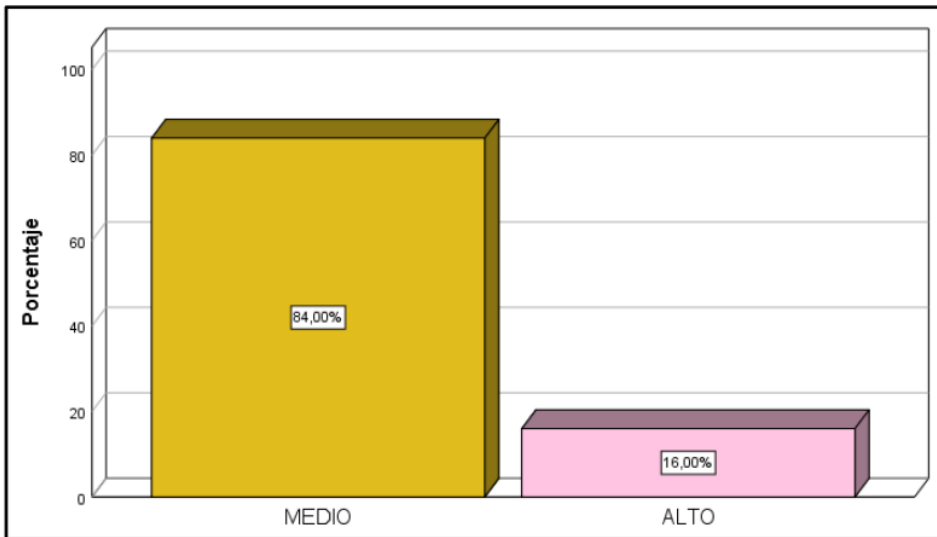
Tabla 10

Categorías de Gestión gerencial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	21	84,0	84,0	84,0
	Alto	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 8. *Categorías de Gestión gerencial*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión Gestión gerencial.*

Interpretación:

La Tabla 10 demuestra que en las categorías de la dimensión Gestión gerencial un 84% (21) trabajadores estiman que la organización está en un nivel Medio, ya que los dueños y gerentes tienen conocimiento del negocio así mismo demuestran educación superior; mientras que un 16% (4) colaboradores consideran que la organización se ubica un nivel Alto al impulsar estrategias de promoción con diversos stakeholders.

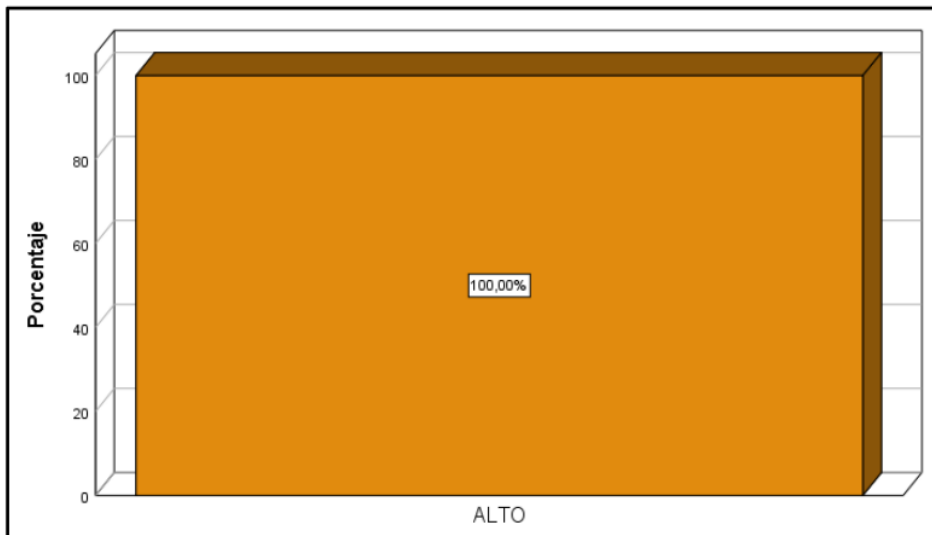
Tabla 11

Categorías de Gestión de producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	25	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS 25.

Figura 9. *Categorías de Gestión de producción*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión Gestión de producción.*

Interpretación:

La Tabla 11 evidencia que en las categorías de la dimensión Gestión de producción el 100% (25) colaboradores estiman que la organización se ubica en un nivel Alto, ya que cuentan con personal calificado, varios proveedores de materiales, es flexible adaptándose a la demanda de producción, tiene maquinaria, implementos y equipos adecuados para el desarrollo de las actividades comerciales.

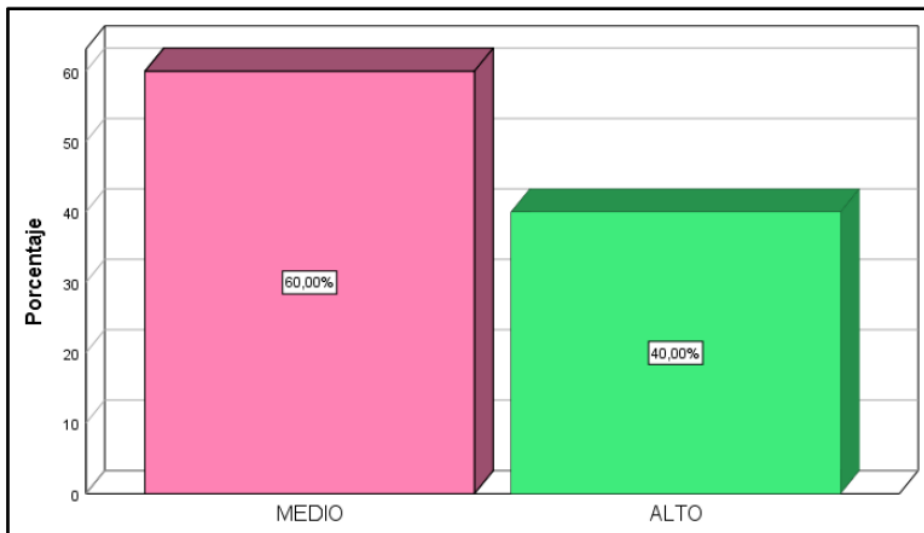
Tabla 12

Categorías de Gestión financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	15	60,0	60,0	60,0
	Alto	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 10. *Categorías de Gestión financiera*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión Gestión financiera.*

Interpretación:

La Tabla 12 evidencia que en las categorías de la dimensión Gestión financiera un 60% (15) trabajadores estiman que la empresa está en un nivel Medio, ya que es rentable, tiene varias fuentes de financiación y un correcto historial crediticio; mientras que un 40% (10) trabajadores creen que la organización se ubica en un nivel Alto dado que hay puntos a mejorar sobre el manejo financiero.

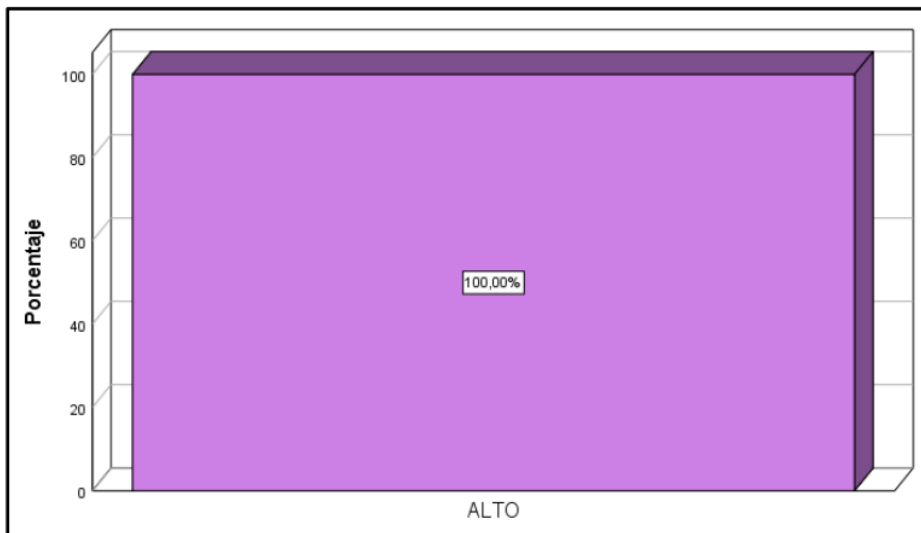
Tabla 13

Categorías de Gestión comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	25	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS 25.

Figuran 11. *Categorías de Gestión comercial*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión Gestión comercial.*

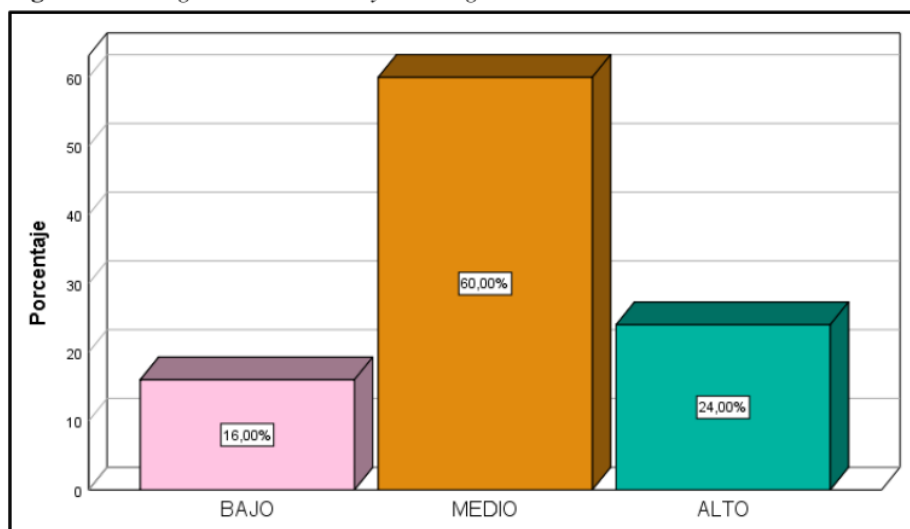
Interpretación:

La Tabla 13 evidencia que en las categorías de la dimensión Gestión de producción el 100% (25) colaboradores creen que la organización se ubica en un nivel Alto, debido a que se enfoca a varios segmentos, ofrece productos diferentes a su competencia, sus productos tienen demanda en el mercado, aplica bastante el comercio electrónico e invierte en publicidad tanto física como virtual.

Tabla 14**Categorías de Ciencia y tecnología**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	16,0	16,0	16,0
	Medio	15	60,0	60,0	76,0
	Alto	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 12. Categorías de Ciencia y tecnología

Nota: Distribución de porcentajes de la dimensión Ciencia y tecnología.

Interpretación:

La Tabla 14 demuestra que en las categorías de la dimensión Ciencia y tecnología un 60% (15) trabajadores estiman que la empresa se encuentra en un nivel Medio, ya que no cuenta con patentes de sus productos y realiza pocas inversiones en investigación y desarrollo; mientras que un 24% (6) colaboradores creen que la organización se ubica en un nivel Alto y con menor dominio un 16% (4) colaboradores creen que la empresa se encuentra en un nivel Medio.

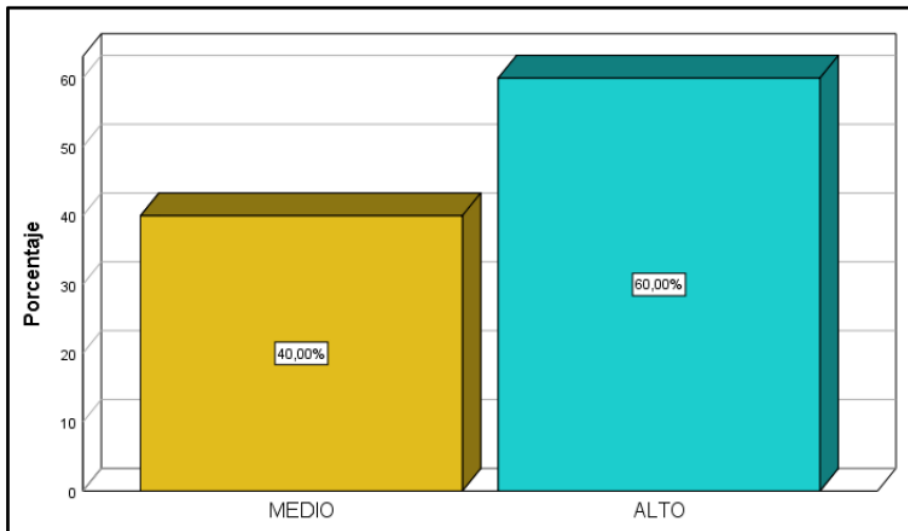
Tabla 15

Categorías de Internacionalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	10	40,0	40,0	40,0
	Alto	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 25.

Figura 13. *Categorías de Internacionalización*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión Internacionalización.*

Interpretación:

La Tabla 15 evidencia que en las categorías de la dimensión Internacionalización un 60% (15) colaboradores creen que la organización se ubica en un nivel Alto, ya que ha realizado importaciones y tiene acceso a nuevos mercados mientras que un 40% (10) trabajadores creen que la organización se encuentra en un nivel Medio.

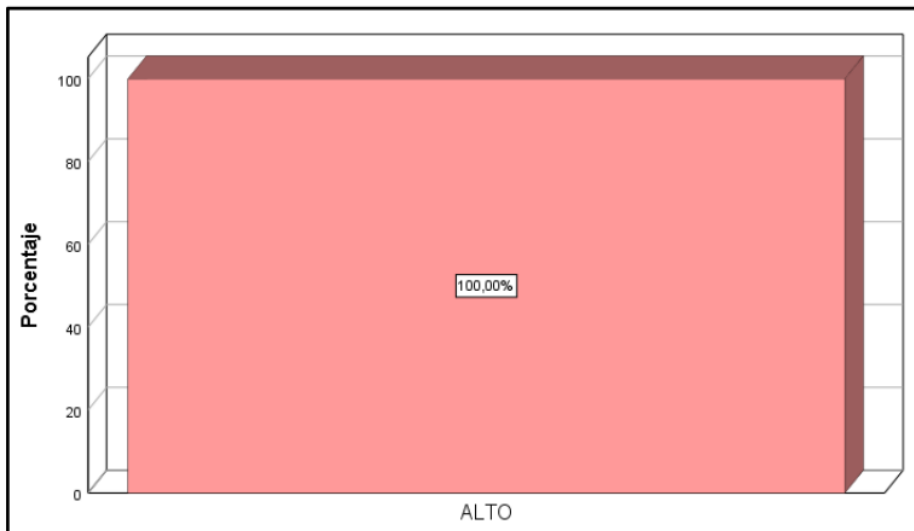
Tabla 16

Categorías de Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	25	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS 25.

Figura 14. *Categorías de Competitividad*



Nota: *Distribución de porcentajes de la dimensión Internacionalización.*

Interpretación:

La Tabla 16 evidencia que en las categorías de la variable Competitividad existe predominio del nivel Alto con un 100% (25) colaboradores, ya que consideran que la empresa viene realizando buenas prácticas respecto a la mejora a nivel productiva, en la parte comercial está potenciando su publicidad y canales de ventas (físicos y virtuales) para una mayor interacción con sus clientes, todo lo mencionado está aumentando su competitividad respecto de sus competidores.

Prueba de hipótesis

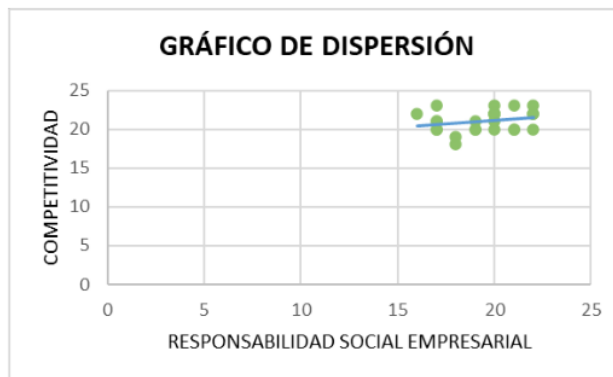
Hipótesis General

Tabla 17

Coefficiente de correlación entre Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad

		Responsabilidad		
		Social	Empresarial	Competitiv
Rho de Spearman	Responsabilidad Social	Coefficiente de correlación	1,000	,231
	Empresarial	Sig. (bilateral)	.	,267
		N	25	25
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,231	1,000
		Sig. (bilateral)	,267	.
		N	25	25

Figura 15. Gráfico de dispersión Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad



Interpretación:

La Tabla 17 evidencia que hay una baja correlación positiva entre Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un

$r=0,231$, con un valor significativo de $0,267$; es decir, nos señala que la rse puede favorecer a mejorar la competitividad en la organización.

Contrastación:

H_1 : Existe grado de relación directa y significativa entre la rse y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

Hay un bajo grado de relación directa y significativa $p=0,267$ mayor que $0,05$, con un $r=0,231$, entre la rse y la competitividad en la empresa. Se aparta la H_0 .

Hipótesis Específicas

Tabla 18

Coefficiente de correlación entre la dimensión Valores y coherencia y Competitividad

		Valores y Competitividad Coherencia	
Rho de Spearman	Valores y Coherencia	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.018
		N	25
		Competitividad	
		Coefficiente de correlación	-.471*
		Sig. (bilateral)	.018
		N	25

La Tabla 18 evidencia que no existe una correlación positiva entre los Valores y coherencia y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=-,0471^*$, con un valor significativo de $0,018$; es decir, nos señala que los valores y coherencia no está favoreciendo a mejorar la competitividad de la empresa.

Contrastación:

H_{E1} Existe grado de relación entre los Valores y transparencia y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

No existe grado de relación directa y significativa $p=0,018$ menor que 0.05 , con un $r=-,0471^*$, entre los Valores y transparencia y la Competitividad en la organización. Se aparta la H_{E1} .

Tabla 19

Coefficiente de correlación entre la dimensión Público interno y Competitividad

		Publico Interno	Competitividad
Rho de Spearman	Publico Interno	1,000	,408*
	Coefficiente de correlación	.	,043
	Sig. (bilateral)	25	25
Competitividad	Publico Interno	,408*	1,000
	Coefficiente de correlación	,043	.
	Sig. (bilateral)	25	25

Interpretación:

La Tabla 19 evidencia que existe una baja correlación positiva entre el Público interno y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,408^*$, con un valor significativo de $0,043$; es decir, nos señala que el público interno puede favorecer a mejorar la competitividad de la empresa.

Contrastación:

H_{E2} Existe grado de relación entre el Público interno y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

Hay un bajo grado de relación directa y significativa $p=0,043$ menor que 0.05 , con un $r=0,408^*$, entre el público interno y la competitividad en la empresa. Se aparta la H_{02} .

Tabla 20

Coefficiente de correlación entre la dimensión Relación con los proveedores y Competitividad

		Relación con los Proveedores		
		Competitividad		
Rho de Spearman	Relación con Proveedores	Coefficiente de correlación	1,000	,104
		Sig. (bilateral)	.	,620
		N	25	25
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,104	1,000
		Sig. (bilateral)	,620	.
		N	25	25

Interpretación:

La Tabla 20 evidencia que hay una baja correlación positiva entre la Relación con los proveedores y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,104$, con un valor significativo de $0,620$; es decir, nos señala que la buena relación con los proveedores puede favorecer a mejorar la competitividad de la empresa.

Contrastación:

H_{E3} Existe grado de relación entre los Proveedores y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

Hay un bajo grado de relación directa y significativa $p=0,620$ mayor que 0.05 , con un $r=0,104$, entre la Relación con los proveedores y la competitividad en la organización. Se aparta la H_{03} .

Tabla 21

Coefficiente de correlación entre la dimensión Relación con los consumidores y Competitividad

		Relación con los Consumidores		
			Relación con los Consumidores	Competitividad
Rho de Spearman	Relación con los consumidores	Coefficiente de correlación	1,000	-,104
		Sig. (bilateral)	.	,620
		N	25	25
	Competitividad	Coefficiente de correlación	-,104	1,000
		Sig. (bilateral)	,620	.
		N	25	25

Interpretación:

La Tabla 21 evidencia que no hay una correlación positiva entre la Relación con los consumidores y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=-0,104$, con un valor significativo de 0,620; es decir, nos señala que no se tiene una buena relación con los consumidores lo cual no está favoreciendo a mejorar la competitividad de la empresa.

Contrastación:

H_{E4} Existe grado de Relación entre los consumidores y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

No existe grado de relación directa y significativa $p=0,620$ mayor que 0.05, con un $r=-0,104$, en la Relación con los consumidores y la Competitividad en la organización. Se aparta la H_{E4}.

Tabla 22

Coefficiente de correlación entre la dimensión Relación con la comunidad y Competitividad

		Relación con la Comunidad	
Rho de Spearman	Relación con la Comunidad	Coefficiente de correlación	,153
		Sig. (bilateral)	,466
		N	25
	COMP	Coefficiente de correlación	,153
		Sig. (bilateral)	,466
		N	25

Interpretación:

La Tabla 22 evidencia que hay una baja correlación positiva entre la Relación con la comunidad y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,153$, con un valor significativo de $0,466$; es decir, nos señala que la buena relación con la comunidad puede favorecer a mejorar la competitividad de la empresa.

Contrastación:

H_{e5} Existe grado de relación entre la Comunidad y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

Hay un bajo grado de relación directa y significativa $p=0,466$ mayor que $0,05$, con un $r=0,153$, entre la relación con la comunidad y la competitividad en la organización. Se aparta la H_{o5} .

Tabla 23*Coefficiente de correlación entre la dimensión Medioambiente y Competitividad*

		Medioambiente	Competitividad
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,242
	Sig. (bilateral)	.	,243
	N	25	25
	<hr/>		
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,242
		Sig. (bilateral)	,243
		N	25
			25

Interpretación:

La Tabla 23 evidencia que hay una baja correlación positiva entre el Medioambiente y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,242$, con un valor significativo de 0,243; es decir, nos señala que las correctas prácticas ambientales pueden favorecer a mejorar la competitividad de la empresa.

Contrastación:

H_{E6} Existe grado de relación entre el Medioambiente y la Internacionalización en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

Hay un bajo grado de relación directa y significativa $p=0,243$ mayor que 0.05, con un $r=0,242$, entre el medioambiente y la competitividad en la empresa. Se aparta la H₀₆.

IV. DISCUSIÓN

³⁷ En la investigación presente se estudió la relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.

⁵ En base al objetivo central, determinar la relación entre la rse y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado en la Tabla 17 un nivel de correlación positiva baja $r=0,231$ con un valor significativo de 0,267, reflejando que las actividades y procedimientos de carácter socialmente responsables tienen relación directa en la mejora de la competitividad de la empresa, datos que al ser comparados con lo hallado por Arbieto (2019) quien concluyó en su investigación que si hay correlación entre la rse y la competitividad, obteniendo 0.507 de Rho de Spearman, lo que significa que al desarrollar mejor las estrategias y metodologías de rse se mejorara la competitividad en la organización, es decir los trabajadores serán más productivos a corto plazo, se tendrá mejores vínculos con los stakeholders, lo cual se reflejará en la buena rentabilidad de la organización, porque aumentara el nivel de ventas. Asimismo, Fernández (S.F.) afirma que la rse ha de ser comprendida como una sabiduría y un proceder que incorpora la organización para sus actividades y que se evidencia en la integración de inquietudes e intereses de sus stakeholders, con una perspectiva extendida a larga duración. Con estos resultados se puede afirmar que la rse es fundamental si es que se pretende mejorar niveles de competitividad en una organización, ya que se enfoca en aspectos tanto internamente como externamente.

De acuerdo al objetivo específico 1, identificar el nivel de rse en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado en la Tabla 9 un 52% en el nivel Alto, lo que representa que la empresa se encuentra en un punto central respecto del desarrollo y ejecución de acciones de rse, dato que al ser contrastado con lo hallado por Guambo (2018) quien finalizó que ciertas empresas presentan deficiencias en el cumplimiento de ideas responsables, incluso que hay ausencia de estrategias socialmente responsables generando una ineficaz guía de gestión empresarial que afectara los procedimientos que se ejecutan para aumentar el nivel de competitividad en una organización. Asimismo, Navarro (2012) sostiene ¹⁷ que la rse, ya no es solo un tema de moda y que con el tiempo se transformó en un soporte principal en la cultura de las diversas organizaciones, las cuales se preocupan por preservar y cuidar el

entorno que les rodea, así como potenciar el desarrollo de sus stakeholders. Pese a los resultados mencionados anteriormente se observa que para que la responsabilidad este en un nivel moderado la organización creara valor al implicar a sus stakeholders en el desarrollo de mejoras continuas con la finalidad de que esta sea sostenible a lo largo del tiempo.

En base al objetivo específico 2, identificar el nivel de competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado en la Tabla 16 un 100% en el nivel Alto, lo que representa que la empresa es competitiva en el sector donde se desenvuelve, dato que al ser comparado con lo encontrado por Vergara (2016) quien concluyo en su investigación que la rs es una pieza principal porque propone la relevancia de unir objetivos económicos, ambientales y sociales buscando el desarrollo de estrategias para crear valor compartido. Con estos resultados se afirma que la rse es un componente relevante puesto que comprende diversos criterios de la competitividad con los cuales se obtendrán mejores resultados respecto de la mejora en la competitividad. Asimismo, Juárez (2013) considera que la Competitividad Empresarial, debe ser comprendida como la facultad que tienen las organizaciones, ya sean privadas o públicas, con fines de lucro no; de adquirir y conservar beneficios positivos que le ayuden conseguir, mantener y perfeccionar un determinado lugar en el ambiente socioeconómico. Se evidencia que la competitividad es la consecuencia de las capacidades de una empresa para brindar sus productos de manera eficiente y eficaz, mejorando las gestiones en sus procesos productivos y comerciales.

En base al objetivo específico 3, determinar la relación entre los valores y transparencia y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado en la Tabla 18 que no hay una correlación positiva entre los Valores y coherencia y la Competitividad de la empresa DTECNOC S.A.C., representado por un $r=-.471^*$, con un nivel de significancia de 0,018; dato que al ser comparado con lo hallado por León & Afcha (2015) quienes concluyeron en su investigación que el tamaño de la organización perjudica su pre organización a aumentar ciertas pruebas de mejoras competitivas, así mismo señalan que tareas de rse no están incluidas en las tácticas de algunas organizaciones, generando un impacto negativo dentro de esta. Asimismo, Martínez (2011) menciona que la rse también se basa en el desarrollo de leyes y de valores éticos, con la finalidad de formalizar una entidad corporativa transparente, que genere e integre procesos y/o tareas que valoren a los ciudadanos y a el ecosistema. Con los resultados mencionados anteriormente se observa que las

empresas deben empezar por elaborar reglamentos que dirijan acciones competitivas y responsables hacia todos sus públicos.

De acuerdo al objetivo específico 4, determinar la relación entre el público interno y la competitividad en DTECNOC Trujillo 2022, se logró como resultado en la Tabla 19 que hay correlación positiva entre el Público interno y la Competitividad de la empresa DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,408^*$, con un nivel de significancia de 0,043; dato que al ser comparado con lo encontrado por Vergara (2016) quien concluyo en su investigación que existe repercusión efectiva de la rse en la competitividad, es decir la muestra estudiada si implementa políticas de rse pueden encaminar el éxito de su organización que se expresa en el logro de los criterios de su competitividad. Asimismo, Wulf (2018) señala que la rse comprende valores y principios de administración representan a la organización, en su ambiente interior (colaboradores, directivos y accionistas) como externo (sociedad, clientes/colaboradores, gobierno y otras entidades). Con estos resultados se puede afirmar que el brindar a los colaboradores ambientes adecuados a su actividad laboral contribuirá positivamente a que participen activamente en programas que cooperen a mejorar la competitividad de la empresa.

En base al objetivo específico 5, determinar la relación entre los proveedores y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado en la Tabla 20 que existe una correlación positiva entre la Relación con los proveedores y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,104$, con un nivel de significancia de 0,620; dato que al ser comparado con lo encontrado por Rodríguez (2017) quien concluyo en su investigación que existe influencia relevante de la rse encima de la competitividad también obtuvo que las organizaciones han crecido positivamente a nivel interno e externo, ha mejorado la relación con sus involucrados. Asimismo, Jerusalmi y Camacho (2007) comparten que la competitividad es la posibilidad que tiene una organización de conseguir una posición única en el mercado y de sobreponerse a otras del mismo sector debido a que cada organización innova en todas sus actividades y procesos. Con los resultados mencionados anteriormente se observa que las empresas deben seguir potenciando la relación con sus proveedores porque esto afectará positivamente a su crecimiento ya que tendrá mayor participación en el sector donde se desenvuelve.

En base al objetivo específico 6, determinar la relación entre los consumidores y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado en

la Tabla 21 que no existe una correlación positiva entre la Relación con los consumidores y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=-0,104$, con un nivel de significancia de 0,620; dato que al ser comparado con lo encontrado por Vergara (2017) quien concluyo en su investigación que en su muestra estudiada si hay vínculo entre la rse y la competitividad la cual es recta y verdadera, señalando que al desarrollar tácticas de rse mejorara la rentabilidad de la empresa se generará beneficios a elementos de la competitividad, estableciendo una ventaja competitiva. Asimismo, Jiménez (2006) sostiene que la competitividad es la facultad que posee una empresa para desarrollar y potenciar la gestión de la gerencia en todas las direcciones de la organización. Con estos resultados se puede mencionar que aplicando estrategias responsables en función a los consumidores se puede mejorar la apreciación de estos frente a la empresa.

En base al objetivo específico 7, determinar la relación entre la comunidad y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado de la Tabla 22 que hay una baja correlación positiva entre la Relación con la comunidad y la Competitividad de DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,153$, con un nivel de significancia de 0,466; dato que al ser comparado con lo encontrado por Cacho & Toledo (2019) quienes concluyeron en su investigación que efectivamente la rse produce influencia en la imagen corporativa, ya que la muestra encuestada afirmó que los programas de ayuda social mejoran su imagen ante las personas. Asimismo, Fundación BBVA & IVIE (2008) sostiene que la Competitividad, es un tema que trata la habilidad de una organización para ser valorada en relación a sus posibilidades de conservar e incrementar la rentabilidad de sus activos. En base los resultados obtenidos deben ser más empresas las que brinden confianza a la población de que también se involucran con temas sociales y que desean contribuir a que se mejore la problemática de este sector.

De acuerdo al objetivo específico 8, determinar la relación entre el medioambiente y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022, se obtuvo como resultado de la Tabla 23 que hay correlación positiva entre el Medioambiente y la Competitividad de la empresa DTECNOC S.A.C., representado por un $r=0,242$, con un nivel de significancia de 0,243; dato que al ser contrastado con lo hallado por Díaz y Salazar (2018) quienes concluyeron en su estudio que hay relación entre la rse y competitividad de "Trucha Dorada SRL", el valor de relación de las variables es de 0,463*; Sin embargo, la empresa no brinda charlas informativas a los

pobladores sobre la preservación del medio ambiente, le falta apoyar actividades culturales en la localidad y se evidencio la poca capacitación que brinda a sus colaboradores. Asimismo, La CPC y la Fundación PROhumana (2005) sostienen que la rse busca contribuir al crecimiento sostenible por medio de la relación de confianza con sus colaboradores, familiares y la sociedad general. Con estos resultados se puede mencionar que las empresas deben proyectarse a contribuir a la mejora del medioambiente sin dejar de lado a sus colaboradores ni a la sociedad, con esto no solo mejoran a nivel interno, sino que fomentan la participación de más organizaciones a que apliquen la rse.

V. CONCLUSIONES

Se tienen las siguientes conclusiones de la presente investigación:

Se comprobó en función del objetivo general que este se cumple, afirmando que hay un grado de relación bajo y significativo entre la RSE y la competitividad de DTECNOC SAC, obteniendo como resultado valor significativo de 0,267 y una correlación de $p=r=0,231$.

La responsabilidad social empresarial de DTECNOC SAC se ubica en una posición alta (52%), de acuerdo con los datos obtenidos del cuestionario resuelto por los colaboradores de la empresa.

La competitividad de DTECNOC SAC se encuentra en un nivel alto (100%), de acuerdo a los datos obtenidos del cuestionario resuelto por los colaboradores de la empresa.

No se halló un grado de relación directo y significativo entre los valores y transparencia y la competitividad en DTECNOC SAC. Se consiguió un $r=-0,471^*$ y un $p=0,018$.

Se encontró un grado de relación directo y significativo entre el público interno y la competitividad en DTECNOC SAC. Se consiguió un $r=0,408^*$ y un $p=0,043$.

Se encontró un bajo grado de ¹relación directa y significativa entre la relación con los proveedores y la competitividad de DTECNOC SAC. Se consiguió un $r=0,104$ y un $p=0,620$.

No se halló un grado de relación directo y significativo entre la relación con los consumidores y la Competitividad de DTECNOC SAC. Se consiguió un $r=-0,104$ y un $p=0,620$.

Se encontró un bajo grado de relación directo y significativo entre la relación con la comunidad y la competitividad en DTECNOC SAC. Se consiguió un $r=0,153$ y un $p=0,466$.

Se encontró un bajo grado de ¹relación directa y significativa entre el medioambiente y la competitividad de DTECNOC SAC. Se consiguió un $r=0,242$ y un $p=0,243$.

VI. RECOMENDACIONES

Se plantean las posteriores recomendaciones:

Al encontrarse un grado de relación bajo y significativo, el gerente general necesita monitorear constantemente ambas variables y elementos externos que pueden afectar la relación de estas y así lograr aumentar el grado de relación entre la RSE y la competitividad de DTECNOC SAC.

La responsabilidad social empresarial se mejorará cuando el supervisor principal impulse acciones como por ejemplo establecer las condiciones necesarias para la realización de labores, fomentar la preservación y cuidado del ecosistema o quizá desarrollar proyectos de índole social.

La competitividad se mejorará cuando el gerente general en conjunto con los principales supervisores establezca mejores procesos de trabajo empezando por crear una correcta estructura de comercialización para coordinar de manera óptima con todos los colaboradores las estrategias a aplicar para el logro de objetivos. Así mismo el supervisor comercial debe estar pendiente de nuevas innovaciones tecnológicas lo que ampliara la cartera de productos de la empresa, haciéndola más atractiva a los ojos de los clientes.

El gerente general debe elaborar un plan general detallando los lineamientos principales a seguir respecto a acciones socialmente responsables, indicar en este documento con claridad que métodos y estrategias consideran las adecuadas a ejecutar ya sea a corto o largo plazo.

Tanto supervisores como colaboradores deben fomentar continuamente un ambiente laboral participativo y comunicativo, que todos los trabajadores se sientan a gusto de trabajar en sus respectivas áreas, a través de actividades grupales se mejorara la comunicación entre todos, así mismo potenciar a los colaboradores a través de capacitaciones para que se desempeñen cada vez mejor.

El representante comercial debe mantener la buena relación con los proveedores, mejorar las formas de comunicación con ellos, empleando recursos y medios digitales como zoom o aplicativos de bancos, se concretará rápidamente y con seguridad los pedidos de materiales u herramientas que se requiere en la empresa.

Los colaboradores (vendedores) deben fortalecer la correcta atención con los clientes para se sientan cómodos al solicitar los productos en los diferentes canales de atención, ya sea de manera presencial o virtual.

El representante central debe potenciar las actividades socialmente responsables que desarrolla la empresa como “promoción de reciclaje” captando mayor participación y colaboración de las personas.

El supervisor principal debe constatar que los colaboradores empleen equipos que no consuma mucha energía, de la misma manera llevar un control del consumo de agua y de los materiales empleados en el área comercial; también ir innovando y sugerir a sus proveedores distribución de productos que tengan pocos componentes contaminantes con el objetivo de que no sean tóxicos o nocivos con el medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbieto Espinoza, R. G. (2019). Responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la empresa Semmaq, SMP 2019. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42955/Arbieto_ERG.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2_3T3Dci1MJYzablsX8Ms2yv0GAuv5B2GIXK-xaG_jHAjhQ6H6C3-mHQM
- Cacho Obando, J. J., & Toledo Castrejón, S. E. (2019). Influencia de la responsabilidad social en la imagen corporativa de CrediScotia agencia independencia Trujillo 2019. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/5820>
- Carrillo, N. (2011). Recuperado de <http://es.slideshare.net/nelsycarrillo/tecnica-de-observacin>
- Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E. (2003). *El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas*. *Scientia et technica*, 3(23), 61-66.
- Cosme Saman, A. S., & Zapata Beltrán, C. A. (2023). Influencia de la responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa y la competitividad de las empresas peruanas de la región de Lima Metropolitana.
- Cubillos, A. A. E. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 4(14), 75-84. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215047422008>
- Díaz Torres, L., & Salazar Ruge, R. J. (2018). Responsabilidad social empresarial y competitividad de " Trucha Dorada" SRL-Chota, Cajamarca. Recuperado de http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4841/D%c3%adaz%20Torres%20%26%20Salazar%20Rugel.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2_3T3Dci1MJYzablsX8Ms2yv0GAuv5B2GIXK-xaG_jHAjhQ6H6C3-mHQM
- Fernández Malpartida, W. M. (2018). Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES de Lima Norte. Recuperado de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2349/TM%20AD-Ad%203819%20F1%20-%20Fernandez%20Malpartida.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Fernández R. (S.F.) “Responsabilidad Social Corporativa: Una nueva cultura empresarial”. Alicante, España. Editorial Club Universitario.
- Flores Coronado, J. J., & Silva Tarrillo, M. Á. (2018). La responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys-Chiclayo 2016. Recuperado de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4365/Flores%20Coronado%20-%20Silva%20Tarrillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guambo Guambo, A. W. (2018). *Responsabilidad social como ventaja competitiva para el sector de las empresas familiares de la provincia de Tungurahua* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera Organización de Empresas). Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28868/1/517%20O.E..pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Lara Manjarrez, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y negocios*, 22(43), 97-118.
- León G. & Afcha S. (2015) Incidencia de las partes interesadas en la responsabilidad social corporativa de las micro, pequeñas y medianas empresas de Santa Marta, Colombia (Artículo Científico). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452018000300003&lang=es
- Martínez H. (2011) “*Responsabilidad social y ética empresarial*”. Bogotá, Colombia. Ecoe Ediciones.
- Medina, L., Ramírez, J., & Hernández, A. (2008). *Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Foro virtual de contabilidad social y medioambiental.*
- Mejía-Bermúdez, A., & Bom-Camargo, Y. I. (2019). Responsabilidad Social Empresarial para la apertura de mercados internacionales. *Revista venezolana de*

Gerencia, 2, 251-269. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063446014/>

Navarro F. (2012) *“Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica”*. 2ª edición. Madrid, España. Esic Editorial.

Prohumana, F. (2006). Manual de Responsabilidad Social Empresarial para Pymes. Santiago, Chile.

Ramírez, M. H. J. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Umbral científico*, (9), 115-125.

Rodríguez Alcántara, J. E. (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. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10489/rodriguezalcantara_janeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saldaña Apolitano, K. L., & Rodríguez Cisneros, F. E. (2021). La responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición SRL Chorrillos, 2019. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/1240/1/Rodriguez%20Cisneros%2c%20Fiorella%20Elizabeth%3b%20Saldana%20Apolitano%2c%20Katia%20Lorena.pdf>

Vergara Bracamonte, G. C. V. (2017). Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de las micro y pequeñas empresas en el distrito de huanchaco periodo 2012. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3502/1/RE_MAESTRIA_DER_GRISELDA.VERGARA_RESPONSABILIDAD.SOCIAL_DATOS.PDF?fbclid=IwAR2_3T3Dci1MJYzablsX8Ms2yv0GAuv5B2GlXK-xaG_jHAjhQ6H6C3-mHQM

Vergara Gaviria, M. A. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad: Estado del arte sobre su relación. Recuperado de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/4220/1/DDMAE37.pdf>

Wulf E. (2018) *“Responsabilidad social empresarial: Un desafío corporativo”*. Chile. Editorial Universidad de La Serena.

ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Nombre: _____

Edad: _____ **Fecha:** _____

Marque con un aspa (x) dentro del recuadro según su opinión:		SI	NO
1. Valores y coherencia			
1	En la empresa se ha elaborado y difundido un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos grupos de interés.		
2	En la empresa se ha definido un modelo de las funciones del Gobierno Corporativo.		
3	En la empresa se manejan libros contables y se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros.		
4	En la empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores.		
5	En la empresa se elabora y publica un Reporte de Sustentabilidad donde se integran aspectos sociales, económicos y ambientales.		
2. Publico interno			
6	En la empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene y se realiza las capacitaciones pertinentes a los grupos de interés		
7	En la empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar.		
8	En la empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores.		
9	En la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos, transparentes e igualitarios.		
10	En la empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador.		
11	En la empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos.		
12	En la empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral.		
13	En la empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que van a jubilar sepan cómo enfrentar este proceso.		
14	En la empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros.		
15	En la empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores.		
3. Relación con los proveedores			
16	En la empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.		

17	En la empresa se mantiene un contacto permanente con otras empresas similares y con otros proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos.		
18	En la empresa existen canales de denuncia en casos de explotación laboral como el trabajando con mano de obra infantil y/o forzada por parte de los proveedores.		
19	En la empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.		
4. Relación con los consumidores			
20	En la empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.		
21	En la empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.		
22	En la empresa han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.		
5. Relación con la comunidad			
23	En la empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.		
24	En la empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.		
25	En la empresa se han organizado actividades con la comunidad donde han participado trabajadores.		
6. Medioambiente			
26	La empresa ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.		
27	En la empresa se han implementado formas de ahorro energético, de agua, y manejo de residuos o desechos.		
28	La empresa cuenta con políticas ambientales plasmadas en un plan de gestión ambiental.		

ANEXO 2

FICHA TECNICA INSTRUMENTAL PARA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. Nombre:

Ficha de observación para evaluar la responsabilidad social empresarial de DTECNOC S.A.C.

2. Autor:

Fernández (2018)

3. Modificado:

Pichón (2022)

4. Objetivos:

Evaluar la responsabilidad social empresarial de DTECNOC S.A.C.

5. Usuarios:

Se obtendrá información de 25 colaboradores de DTECNOC S.A.C.

6. Características y modo de aplicación:

1º El presente instrumento de recolección de datos está estructurado en base a un cuestionario, referido a la responsabilidad social empresarial de DTECNOC S.A.C., tiene 6 dimensiones y 28 ítems.

2º El instrumento fue aplicado de manera individual a cada colaborador, bajo responsabilidad del investigador, se priorizo que la observación sea clara y objetiva sobre la información de la variable en estudio.

3º La duración fue de 15 minutos aproximadamente por cada participante encuestado.

7. Estructura:

Dimensiones	Variable: Responsabilidad Social Empresarial / Ítems
Valores y coherencia	1 - 5
Publico interno	6 - 15
Relación con los proveedores	16 - 19
Relación con los consumidores	20 - 22
Relación con la comunidad	23 - 25
Medioambiente	26 - 28

8. Escala:

a. Escala general:

Mínimo = 0

Máximo = 1

9. Validación:

El instrumento fue validado por juicio de experto de 3 especialistas docentes de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.

ANEXO 3

CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD

Nombre: _____

Edad: _____ **Fecha:** _____

	Marque con un aspa (x) dentro del recuadro según su opinión:	SI	NO
1. Gestión gerencial			
1	Los gerentes/ dueños de la empresa presentan educación superior.		
2	Los gerentes/ dueños de la empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa.		
3	Los gerentes/ dueños de la empresa tienen dominio de idiomas extranjeros acorde a las exigencias y necesidades de la empresa.		
2. Gestión de producción			
4	La empresa cuenta con maquinaria y equipos de producción modernos y acorde a sus necesidades		
5	La empresa cuenta con un personal calificado		
6	La empresa cuenta con diversos proveedores de materias primas		
7	La empresa tiene una estructura definida de sus costos de producción.		
8	La empresa posee un sistema de inventarios adecuado.		
9	La empresa es flexible y adaptable a los cambios y demandas de producción.		
3. Gestión financiera			
10	La empresa es rentable y sostenible en el tiempo.		
11	La empresa tiene acceso a varias fuentes de financiación		
12	La empresa se adapta a los cambios de la situación financiera local o internacional.		
13	La empresa presenta un buen historial crediticio.		
4. Gestión comercial			
14	La empresa se enfoca a varios tipos de clientes o segmentos.		
15	La empresa ofrece productos y servicios diferenciados de la competencia.		
16	Los productos y servicios de la empresa tienen demanda en el mercado		
17	La empresa tiene definida su política de precios de sus productos y servicios		
18	La empresa establece diversos canales de comercialización		
19	La empresa invierte en publicidad		
20	La empresa aplica el 'e-commerce'		
5. Ciencia y tecnología			
21	La empresa cuenta con patentes de sus productos o servicios		
22	La empresa invierte en investigación y desarrollo		
6. Internacionalización			
23	La empresa exporta sus productos/ servicios		
24	La empresa tiene acceso a nuevos mercados		

ANEXO 4

FICHA TECNICA INSTRUMENTAL PARA COMPETITIVIDAD

1. Nombre:

Ficha de observación para evaluar la competitividad de DTECNOC S.A.C.

2. Autor:

Fernández (2018)

3. Modificado:

Pichón (2022)

4. Objetivos:

Evaluar la competitividad de DTECNOC S.A.C.

5. Usuarios:

Se obtendrá información de 25 colaboradores de DTECNOC S.A.C.

6. Características y modo de aplicación:

1º El presente instrumento de recolección de datos está estructurado en base a un cuestionario, referido a la responsabilidad social empresarial de DTECNOC S.A.C., tiene 6 dimensiones y 24 ítems.

2º El instrumento fue aplicado de manera individual a cada colaborador, bajo responsabilidad del investigador, se priorizo que la observación sea clara y objetiva sobre la información de la variable en estudio.

3º La duración fue de 15 minutos aproximadamente por cada participante encuestado.

7. Estructura:

Dimensiones	Variable: Responsabilidad Social Empresarial / Ítems
Gestión gerencial	1 - 3
Gestión de producción	4 - 9
Gestión financiera	10 - 13
Gestión comercial	14 - 20
Ciencia y tecnología	21 - 22
Internacionalización	23 - 24

8. Escala:

b. Escala general:

Mínimo = 0

Máximo = 1

9. Validación:

El instrumento fue validado por juicio de experto de 3 especialistas docentes de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.

ANEXO 5

VALIDEZ Y FIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Fiabilidad de instrumentos

Para la fiabilidad de los instrumentos se empleó KR20 Kuder y Richardson, esta técnica solo se aplica a estudios en los cuales las respuestas a los ítems son binarias o dicotómicas, en otras palabras, a aquellas que se codifican 1 o 0 (correcto – incorrecto, etc.). Se obtuvo para el cuestionario de rse 0,83 (28 ítems) y para el cuestionario de competitividad 0,85 (24 ítems); ambos datos señalan la fiabilidad alta de los instrumentos.

	Ítems	Participantes	N respuestas	KR20
Cuestionario Responsabilidad Social empresarial	28	15	420	0,83
Cuestionario Competitividad	24	15	360	0,85

Rangos Magnitud	Confiabilidad
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Validez de instrumentos



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador: Mg. Heyman Ovarce Acosta

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado:

CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, diseñado por la alumna **PICHÓN CASTILLO VALERIA ANTONELA** cuyo propósito es medir **NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, el cual será aplicado a colaboradores de la empresa DTECNOC SAC por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo, como requisito para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Valeria'.

Valeria Antonela Pichón Castillo
DNI ° 75069224



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
Responsabilidad Social Empresarial	Valores y coherencia	Códigos de ética	1	X	
		Gobierno corporativo	2	X	
		Transparencia en informes contables	3	X	
		Relaciones leales con la competencia	4	X	
		Reportes de sustentabilidad	5	X	
	Público interno	Seguridad e higiene	6	X	
		Política de salud	7	X	
		Política con los sindicatos u organizaciones	8	X	
		Políticas de contratación	9	X	
		Políticas de capacitación	10	X	
		Políticas de beneficios	11	X	
		Conciliación vida personal y vida laboral	12	X	
		Política de previsión	13	X	
		Políticas de prevención y sanción del acoso	14	X	
		Política de diversidad	15	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

	Relación con proveedores.	Desarrollo de proveedores	16	X	
		Encadenamiento productivo	17	X	
		Aspectos laborales	18	X	
		Subcontratación	19	X	
	Relación con consumidores.	Relación con los consumidores	20	X	
		Política publicitaria	21	X	
		Conocimiento de daños potenciales	22	X	
	Relaciones con la comunidad	Diálogos con públicos de interés	23	X	
		Vinculación comunidad/inversión social	24	X	
		Voluntariado corporativo	25	X	
	Medioambiente	Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales	26	X	
		Prácticas ambientales	27	X	
Sistema de gestión medioambiental		28	X		



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	En la empresa se ha elaborado y difundido un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos grupos de interés.		X				
2	En la empresa se ha definido un modelo de las funciones del Gobierno Corporativo.			X			
3	En la empresa se manejan libros contables y se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros.			X			
4	En la empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores.		X				
5	En la empresa se elabora y publica un Reporte de Sustentabilidad donde se integran aspectos sociales, económicos y ambientales.	X					
6	En la empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene y se realiza las capacitaciones pertinentes a los grupos de interés	X					
7	En la empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar.	X					
8	En la empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores.		X				
9	En la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos, transparentes e igualitarios.	X					
10	En la empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador.		X				
11	En la empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos.		X				



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

12	En la empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral.	X					
13	En la empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que van a jubilar sepan cómo enfrentar este proceso.		X				
14	En la empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros.		X				
15	En la empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores.		X				
16	En la empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.			X			
17	En la empresa se mantiene un contacto permanente con otras empresas similares y con otros proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos.			X			
18	En la empresa existen canales de denuncia en casos de explotación laboral como el trabajando con mano de obra infantil y/o forzada por parte de los proveedores.		X				
19	En la empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.		X				
20	En la empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.		X				
21	En la empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.		X				
22	En la empresa han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.		X				
23	En la empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.	X					
24	En la empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.	X					
25	En la empresa se han organizado actividades con la comunidad donde han participado trabajadores.	X					



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

26	La empresa ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.	X					
27	En la empresa se han implementado formas de ahorro energético, de agua, y manejo de residuos o desechos.	X					
28	La empresa cuenta con políticas ambientales plasmadas en un plan de gestión ambiental.	X					
Total:		11	13	4			

Evaluado por: Mg. Heyman Oyarce Acosta

D.N.I.: 46891533

Fecha: 07/09/2023

Firma: _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Heyman Oyarce Acosta, con Documento Nacional de Identidad N° 46891533, de profesión Administradora, grado académico Maestra en Administración de Negocios - MBA, con código de colegiatura 44599, labor que ejerzo actualmente como Administradora.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL cuyo propósito es medir el NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, a los efectos de su aplicación a colaboradores de la EMPRESA DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA CELULAR S.A.C.


Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.		X			

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado (X) A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()
No adecuado ()

Trujillo, a los 07 días del mes de setiembre del 2023

Apellidos y nombres: Oyarce Acosta Heyman DNI: 46891533 Firma: 



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador: Mg. Heyman Oyarce Acosta

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado:

CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD diseñado por la alumna **PICHÓN CASTILLO VALERIA ANTONELA** cuyo propósito es medir **NIVEL DE COMPETITIVIDAD**, el cual será aplicado a colaboradores de la empresa DTECNOC SAC por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo, como requisito para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Valeria Antonela Pichón Castillo
DNI ° 75069224



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO DE COMPETITIVIDAD

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
Competitividad	Gestión gerencial	Escolaridad del empresario	1	X	
		Conocimiento del negocio	2	X	
		Manejo de otros idiomas	3	X	
	Gestión de producción	Antigüedad equipos	4	X	
		Nivel de personal	5	X	
		Proveedores de materia prima	6	X	
		Estructura de costos de producción	7	X	
		Sistemas de inventarios	8	X	
		Flexibilidad	9	X	
	Gestión financiera	Rentabilidad	10	X	
		Fuentes de financiación	11	X	
		Cambios en la situación financiera	12	X	
		Crédito	13	X	
	Gestión comercial	Tipo de cliente	14	X	
		Tipo de producto	15	X	
		Demanda en el mercado	16	X	
		Política de precios	17	X	
		Canales de comercialización	18	X	
		Publicidad	19	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

		E commerce	20	X	
		Patentes	21	X	
	Ciencia y tecnología	Inversión en investigación y desarrollo	22	X	
	Internacionalización	Exportaciones	23	X	
		Mercados potenciales	24	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	Los gerentes/ dueños de la empresa presentan educación superior.		x				
2	Los gerentes/ dueños de la empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa.		x				
3	Los gerentes/ dueños de la empresa tienen dominio de idiomas extranjeros acorde a las exigencias y necesidades de la empresa.			x			
4	La empresa cuenta con maquinaria y equipos de producción modernos y acorde a sus necesidades			x			
5	La empresa cuenta con un personal calificado		x				
6	La empresa cuenta con diversos proveedores de materias primas		x				
7	La empresa tiene una estructura definida de sus costos de producción.		x				
8	La empresa posee un sistema de inventarios adecuado.			x			
9	La empresa es flexible y adaptable a los cambios y demandas de producción.		x				
10	La empresa es rentable y sostenible en el tiempo.		x				
11	La empresa tiene acceso a varias fuentes de financiación	x					
12	La empresa se adapta a los cambios de la situación financiera local o internacional.	x					
13	La empresa presenta un buen historial crediticio.			x			
14	La empresa se enfoca a varios tipos de clientes o segmentos.			x			
15	La empresa ofrece productos y servicios diferenciados de la competencia.	x					
16	Los productos y servicios de la empresa tienen demanda en el mercado		x				
17	La empresa tiene definida su política de precios de sus productos y servicios		x				
18	La empresa establece diversos canales de comercialización		x				
19	La empresa invierte en publicidad			x			



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

20	La empresa aplica el 'e-commerce'			x			
21	La empresa cuenta con patentes de sus productos o servicios		x				
22	La empresa invierte en investigación y desarrollo		x				
23	La empresa exporta sus productos/ servicios		x				
24	La empresa tiene acceso a nuevos mercados		x				
Total:		3	14	7			

Evaluado por: Heyman Oyarce Acosta

D.N.I.: 46891533 Fecha: 07/09/2023

Firma: _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Heyman Oyarce Acosta, con Documento Nacional de Identidad N° 46891533, de profesión Administradora, grado académico Maestra en Administración de Negocios - MBA, con código de colegiatura 44599, labor que ejerzo actualmente como administradora.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD** cuyo propósito es medir el **NIVEL DE COMPETITIVIDAD**, a los efectos de su aplicación a colaboradores de la **EMPRESA DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA CELULAR S.A.C.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.


Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.		X			
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.		X			

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado (X) A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Trujillo, a los 07 días del mes de Setiembre del 2023

Apellidos y nombres: Oyarce Acosta Heyman DNI: 46891533 Firma: 



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador: Mg. Selene Celeste Palma Elorreaga

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado:

CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, diseñado por la alumna **PICHÓN CASTILLO VALERIA ANTONELA** cuyo propósito es medir **NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, el cual será aplicado a colaboradores de la empresa DTECNOC SAC por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo, como requisito para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Valeria Antonela Pichón Castillo
DNI ° 75069224



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
Responsabilidad Social Empresarial	Valores y coherencia	Códigos de ética	1	X	
		Gobierno corporativo	2	X	
		Transparencia en informes contables	3	X	
		Relaciones leales con la competencia	4	X	
		Reportes de sustentabilidad	5	X	
	Público interno	Seguridad e higiene	6	X	
		Política de salud	7	X	
		Política con los sindicatos u organizaciones	8	X	
		Políticas de contratación	9	X	
		Políticas de capacitación	10	X	
		Políticas de beneficios	11	X	
		Conciliación vida personal y vida laboral	12	X	
		Política de previsión	13	X	
		Políticas de prevención y sanción del acoso	14	X	
		Política de diversidad	15	X	
	Relación con proveedores.	Desarrollo de proveedores	16	X	
		Encadenamiento productivo	17	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

		Aspectos laborales	18	X	
		Subcontratación	19	X	
	Relación con consumidores.	Relación con los consumidores	20	X	
		Política publicitaria	21	X	
		Conocimiento de daños potenciales	22	X	
	Relaciones con la comunidad	Diálogos con públicos de interés	23	X	
		Vinculación comunidad/inversión social	24	X	
		Voluntariado corporativo	25	X	
	Medioambiente	Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales	26	X	
		Prácticas ambientales	27	X	
		Sistema de gestión medioambiental	28	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	En la empresa se ha elaborado y difundido un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos grupos de interés.		X				
2	En la empresa se ha definido un modelo de las funciones del Gobierno Corporativo.		X				
3	En la empresa se manejan libros contables y se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros.			X			
4	En la empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores.	X					
5	En la empresa se elabora y publica un Reporte de Sustentabilidad donde se integran aspectos sociales, económicos y ambientales.	X					
6	En la empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene y se realiza las capacitaciones pertinentes a los grupos de interés	X					
7	En la empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar.	X					
8	En la empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores.	X					
9	En la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos, transparentes e igualitarios.	X					
10	En la empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador.	X					
11	En la empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos.		X				
12	En la empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral.			X			



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

13	En la empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que van a jubilar sepan cómo enfrentar este proceso.		X				
14	En la empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros.	X					
15	En la empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores.		X				
16	En la empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.			X			
17	En la empresa se mantiene un contacto permanente con otras empresas similares y con otros proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos.		X				
18	En la empresa existen canales de denuncia en casos de explotación laboral como el trabajando con mano de obra infantil y/o forzada por parte de los proveedores.		X				
19	En la empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.		X				
20	En la empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.		X				
21	En la empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.		X				
22	En la empresa han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.		X				
23	En la empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.		X				
24	En la empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.		X				
25	En la empresa se han organizado actividades con la comunidad donde han participado trabajadores.		X				



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

26	La empresa ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.		X				
27	En la empresa se han implementado formas de ahorro energético, de agua, y manejo de residuos o desechos.		X				
28	La empresa cuenta con políticas ambientales plasmadas en un plan de gestión ambiental.		X				
Total:		8	17	3			

Evaluado por: Mg. Selene Celeste Palma Elorreaga

D.N.I.: 70010617

Fecha: 14-09-2023

Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Selene Celeste Palma Elorreaga, con Documento Nacional de Identidad N° 70010617, de profesión Administradora, grado académico Magister, con código de colegiatura 36063, labor que ejerzo actualmente como Docente, en la Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL** cuyo propósito es medir el **NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, a los efectos de su aplicación a colaboradores de la **EMPRESA DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA CELULAR S.A.C.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		X			
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.		X			
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado () Bastante adecuado (X) A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Trujillo, a los 14 días del mes de septiembre del 2023

Apellidos y nombres: Palma Elorreaga Selene Celeste DNI: 70010617 Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador: Mg. Selene Celeste Palma Elorreaga

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado:

CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD diseñado por la alumna **PICHÓN CASTILLO VALERIA ANTONELA** cuyo propósito es medir **NIVEL DE COMPETITIVIDAD**, el cual será aplicado a colaboradores de la empresa DTECNOC SAC por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo, como requisito para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Valeria Antonela Pichón Castillo
DNI ° 75069224



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO DE
COMPETITIVIDAD**

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
Competitividad	Gestión gerencial	Escolaridad del empresario	1	X	
		Conocimiento del negocio	2	X	
		Manejo de otros idiomas	3	X	
	Gestión de producción	Antigüedad equipos	4	X	
		Nivel de personal	5	X	
		Proveedores de materia prima	6	X	
		Estructura de costos de producción	7	X	
		Sistemas de inventarios	8	X	
		Flexibilidad	9	X	
	Gestión financiera	Rentabilidad	10	X	
		Fuentes de financiación	11	X	
		Cambios en la situación financiera	12	X	
		Crédito	13	X	
	Gestión comercial	Tipo de cliente	14	X	
		Tipo de producto	15	X	
		Demanda en el mercado	16	X	
		Política de precios	17	X	
		Canales de comercialización	18	X	
		Publicidad	19	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

		E commerce	20	X	
		Patentes	21	X	
	Ciencia y tecnología	Inversión en investigación y desarrollo	22	X	
	Internacionalización	Exportaciones	23	X	
		Mercados potenciales	24	X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:
MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	Los gerentes/ dueños de la empresa presentan educación superior.			X			
2	Los gerentes/ dueños de la empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa.		X				
3	Los gerentes/ dueños de la empresa tienen dominio de idiomas extranjeros acorde a las exigencias y necesidades de la empresa.		X				
4	La empresa cuenta con maquinaria y equipos de producción modernos y acorde a sus necesidades	X					
5	La empresa cuenta con un personal calificado	X					
6	La empresa cuenta con diversos proveedores de materias primas	X					
7	La empresa tiene una estructura definida de sus costos de producción.	X					
8	La empresa posee un sistema de inventarios adecuado.		X				
9	La empresa es flexible y adaptable a los cambios y demandas de producción.	X					
10	La empresa es rentable y sostenible en el tiempo.		X				
11	La empresa tiene acceso a varias fuentes de financiación	X					
12	La empresa se adapta a los cambios de la situación financiera local o internacional.	X					
13	La empresa presenta un buen historial crediticio.	X					
14	La empresa se enfoca a varios tipos de clientes o segmentos.	X					
15	La empresa ofrece productos y servicios diferenciados de la competencia.	X					
16	Los productos y servicios de la empresa tienen demanda en el mercado	X					
17	La empresa tiene definida su política de precios de sus productos y servicios	X					
18	La empresa establece diversos canales de comercialización	X					



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

19	La empresa invierte en publicidad	X					
20	La empresa aplica el 'e-commerce'	X					
21	La empresa cuenta con patentes de sus productos o servicios	X					
22	La empresa invierte en investigación y desarrollo	X					
23	La empresa exporta sus productos/ servicios	X					
24	La empresa tiene acceso a nuevos mercados	X					
Total:		19	4	1			

Evaluado por: Mg. Selene Celeste Palma Elorreaga

D.N.I.: 70010617

Fecha: 14-09-2023

Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Selene Celeste Palma Elorreaga, con Documento Nacional de Identidad N° 70010617, de profesión Administradora, grado académico Magister, con código de colegiatura 36063, labor que ejerzo actualmente como Docente, en la Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD cuyo propósito es medir el NIVEL DE COMPETITIVIDAD, a los efectos de su aplicación a colaboradores de la EMPRESA DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA CELULAR S.A.C.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado (X) Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Trujillo, a los 14 días del mes de septiembre del 2023

Apellidos y nombres: Palma Elorreaga Selene Celeste DNI: 70010617 Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador: Mg. Jenny Blas Alvarado

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado:

CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, diseñado por la alumna **PICHÓN CASTILLO VALERIA ANTONELA** cuyo propósito es medir **NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, el cual será aplicado a colaboradores de la empresa DTECNOC SAC por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo, como requisito para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Valeria Antonela Pichón Castillo
DNI ° 75069224



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
Responsabilidad Social Empresarial	Valores y coherencia	Códigos de ética	1	x	
		Gobierno corporativo	2	x	
		Transparencia en informes contables	3	x	
		Relaciones leales con la competencia	4	x	
		Reportes de sustentabilidad	5	x	
	Público interno	Seguridad e higiene	6	x	
		Política de salud	7	x	
		Política con los sindicatos u organizaciones	8	x	
		Políticas de contratación	9	x	
		Políticas de capacitación	10	x	
		Políticas de beneficios	11	x	
		Conciliación vida personal y vida laboral	12	x	
		Política de previsión	13	x	
		Políticas de prevención y sanción del acoso	14	x	
	Relación con proveedores.	Política de diversidad	15	x	
		Desarrollo de proveedores	16	x	
		Encadenamiento productivo	17	x	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

		Aspectos laborales	18	x	
		Subcontratación	19	x	
	Relación con consumidores.	Relación con los consumidores	20	x	
		Política publicitaria	21	x	
		Conocimiento de daños potenciales	22	x	
	Relaciones con la comunidad	Diálogos con públicos de interés	23	x	
		Vinculación comunidad/inversión social	24	x	
		Voluntariado corporativo	25	x	
	Medioambiente	Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales	26	x	
		Prácticas ambientales	27	x	
		Sistema de gestión medioambiental	28	x	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	En la empresa se ha elaborado y difundido un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos grupos de interés.		x				
2	En la empresa se ha definido un modelo de las funciones del Gobierno Corporativo.		x				
3	En la empresa se manejan libros contables y se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros.	x					
4	En la empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores.		x				
5	En la empresa se elabora y publica un Reporte de Sustentabilidad donde se integran aspectos sociales, económicos y ambientales.	x					
6	En la empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene y se realiza las capacitaciones pertinentes a los grupos de interés		x				
7	En la empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar.	x					
8	En la empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores.		x				
9	En la empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos, transparentes e igualitarios.		x				
10	En la empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador.		x				
11	En la empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos.		x				
12	En la empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral.		x				



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

13	En la empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que van a jubilar sepan cómo enfrentar este proceso.		x				
14	En la empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros.		x				
15	En la empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores.	x					
16	En la empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.		x				
17	En la empresa se mantiene un contacto permanente con otras empresas similares y con otros proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos.		x				
18	En la empresa existen canales de denuncia en casos de explotación laboral como el trabajando con mano de obra infantil y/o forzada por parte de los proveedores.		x				
19	En la empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad.		x				
20	En la empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias.	x					
21	En la empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad.		x				
22	En la empresa han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.		x				
23	En la empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc.	x					
24	En la empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad.		x				
25	En la empresa se han organizado actividades con la comunidad donde han participado trabajadores.		x				



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

26	La empresa ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental.		x				
27	En la empresa se han implementado formas de ahorro energético, de agua, y manejo de residuos o desechos.		x				
28	La empresa cuenta con políticas ambientales plasmadas en un plan de gestión ambiental.	x					
Total:		7	21				

Evaluado por: BLAS ALVARADO JENNY

D.N.I.: 46937643

Fecha: 19/09/2023

Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jenny Blas Alvarado, con Documento Nacional de Identidad N° 46937643, de profesión Licenciada en Administración, grado académico magister, con código de colegiatura 09676, labor que ejerzo actualmente como Administradora.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado CUESTIONARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL cuyo propósito es medir el NIVEL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, a los efectos de su aplicación a colaboradores de la EMPRESA DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA CELULAR S.A.C.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	3				
Amplitud del contenido a evaluar.		2			
Congruencia con los indicadores.	3				
Coherencia con las dimensiones.		2			

Apreciación total:

Muy adecuado (6) Bastante adecuado (4) A= Adecuado (0) PA= Poco adecuado (0)

No adecuado (0)

Trujillo, a los 19 días del mes de setiembre del 2023

Apellidos y nombres: Blas Alvarado Jenny
DNI: 46937643
Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Estimado Validador: Mg. Jenny Blas Alvarado

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar el instrumento que adjunto denominado:

CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD diseñado por la alumna **PICHÓN CASTILLO VALERIA ANTONELA** cuyo propósito es medir **NIVEL DE COMPETITIVIDAD**, el cual será aplicado a colaboradores de la empresa DTECNOC SAC por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD EN DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022

Tesis que será presentada a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo, como requisito para obtener el grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Valerja Antonela Pichón Castillo
DNI ° 75069224



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO DE
COMPETITIVIDAD**

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	COHERENCIA	
				SI	NO
Competitividad	Gestión gerencial	Escolaridad del empresario	1	x	
		Conocimiento del negocio	2	x	
		Manejo de otros idiomas	3	x	
	Gestión de producción	Antigüedad equipos	4	x	
		Nivel de personal	5	x	
		Proveedores de materia prima	6	x	
		Estructura de costos de producción	7	x	
		Sistemas de inventarios	8	x	
		Flexibilidad	9	x	
	Gestión financiera	Rentabilidad	10	x	
		Fuentes de financiación	11	x	
		Cambios en la situación financiera	12	x	
		Crédito	13	x	
	Gestión comercial	Tipo de cliente	14	x	
		Tipo de producto	15	x	
		Demanda en el mercado	16	x	
		Política de precios	17	x	
		Canales de comercialización	18	x	
		Publicidad	19	x	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

		E commerce	20	x	
		Patentes	21	x	
	Ciencia y tecnología	Inversión en investigación y desarrollo	22	x	
	Internacionalización	Exportaciones	23	x	
		Mercados potenciales	24	x	



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

Instrucciones de Evaluación de ítems: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:
MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	Los gerentes/ dueños de la empresa presentan educación superior.	x					
2	Los gerentes/ dueños de la empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa.		x				
3	Los gerentes/ dueños de la empresa tienen dominio de idiomas extranjeros acorde a las exigencias y necesidades de la empresa.	x					
4	La empresa cuenta con maquinaria y equipos de producción modernos y acorde a sus necesidades		x				
5	La empresa cuenta con un personal calificado	x					
6	La empresa cuenta con diversos proveedores de materias primas	x					
7	La empresa tiene una estructura definida de sus costos de producción.	x					
8	La empresa posee un sistema de inventarios adecuado.	x					
9	La empresa es flexible y adaptable a los cambios y demandas de producción.	x					
10	La empresa es rentable y sostenible en el tiempo.	x					
11	La empresa tiene acceso a varias fuentes de financiación		x				
12	La empresa se adapta a los cambios de la situación financiera local o internacional.		x				
13	La empresa presenta un buen historial crediticio.	x					
14	La empresa se enfoca a varios tipos de clientes o segmentos.		x				
15	La empresa ofrece productos y servicios diferenciados de la competencia.		x				
16	Los productos y servicios de la empresa tienen demanda en el mercado		x				
17	La empresa tiene definida su política de precios de sus productos y servicios		x				
18	La empresa establece diversos canales de comercialización	x					
19	La empresa invierte en publicidad	x					



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

20	La empresa aplica el 'e-commerce'		x				
21	La empresa cuenta con patentes de sus productos o servicios		x				
22	La empresa invierte en investigación y desarrollo		x				
23	La empresa exporta sus productos/ servicios	x					
24	La empresa tiene acceso a nuevos mercados	x					
Total:		13	11				

Evaluado por: MG. JENNY BLAS ALVARADO

D.N.I.: 46937643

Fecha: 19 /09/2023

Firma:



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jenny Blas Alvarado, con Documento Nacional de Identidad N° 46937643, de profesión Licenciada en Administración, grado académico magister, con código de colegiatura 09676, labor que ejerzo actualmente como Administradora.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **CUESTIONARIO COMPETITIVIDAD** cuyo propósito es medir el **NIVEL DE COMPETITIVIDAD**, a los efectos de su aplicación a colaboradores de la **EMPRESA DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA CELULAR S.A.C.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.		2			
Amplitud del contenido a evaluar.		2			
Congruencia con los indicadores.		2			
Coherencia con las dimensiones.	2				

Apreciación total:

Muy adecuado (2) Bastante adecuado (6) A= Adecuado (0) PA= Poco adecuado (0)
No adecuado (0)

Trujillo, a los 19 días del mes de Setiembre del 2023

Apellidos y nombres: BLAS ALVARADO JENNY

DNI: 46937643

Firma:

ANEXO 6

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de Medición
Responsabilidad Social Empresarial	La RSE es un aspecto de gestión empresarial que busca contribuir al crecimiento sostenible de las personas, por medio de la relación de confianza con sus colaboradores,	La RSE se evaluará a través del cuestionario integrado de “28” ítems, cuya opción de respuesta es Sí (1) y No (0).	Valores y coherencia	Códigos de ética	1	Cuestionario	Ordinal
				Gobierno corporativo	2		
				Transparencia en informes contables	3		
				Relaciones leales con la competencia	4		
				Reportes de sustentabilidad	5		
				Seguridad e higiene	6		
				Política de salud	7		
			Público interno	Política con los sindicatos u organizaciones	8		
				Políticas de contratación	9		
				Políticas de capacitación	10		
				Políticas de beneficios	11		
				Conciliación vida personal y vida laboral	12		
				Política de previsión	13		

<p>familiares, la sociedad total, y la población cercana en pro de progresar su habitabilidad. CPC y la Fundación PROhumana (2005).</p>			Políticas de prevención y sanción del acoso	14
			Política de diversidad	15
			Desarrollo de proveedores	16
			Encadenamiento productivo	17
			Aspectos laborales	18
			Subcontratación	19
			Relación con los consumidores	20
			Política publicitaria	21
			Conocimiento de daños potenciales	22
			Diálogos con públicos de interés	23
			Vinculación comunidad/inversión social	24
			Voluntariado corporativo	25
			Actitud proactiva frente a exigencias medioambientales	26
			Prácticas ambientales	27
Sistema de gestión medioambiental	28			

Competitividad	<p>La competitividad es la facultad que posee una organización para desarrollar y mejorar la gestión de la gerencia en todas las direcciones de la organización, guiándose en factores que determinan la mejora de competitividad. Jiménez (2006).</p>	<p>La competitividad se evaluará a través del cuestionario integrado de “24” ítems, cuya opción de respuesta es Sí (1) y No (0).</p>	<p>Gestión gerencial</p>	Escolaridad del empresario	1	Cuestionario	Ordinal
				Conocimiento del negocio	2		
				Manejo de otros idiomas	3		
				Antigüedad equipos	4		
				Nivel de personal	5		
				Proveedores de materia prima	6		
				Estructura de costos de producción	7		
				Sistemas de inventarios	8		
				Flexibilidad	9		
				Rentabilidad	10		
				Fuentes de financiación	11		
				Cambios en la situación financiera	12		
				Crédito	13		
				Tipo de cliente	14		
				Tipo de producto	15		
				Demanda en el mercado	16		
				Política de precios	17		

								18
								19
								20
								21
								22
								23
								24

ANEXO 7

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

N°	ITEMS																												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0
2	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
3	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
4	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0
5	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
6	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0
7	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0
8	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
9	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1
10	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0
11	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0
13	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0
14	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1
15	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
17	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1
18	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1
19	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
20	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1
21	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0
22	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0
23	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
24	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
25	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0

ANEXO 8

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

N°	ITEMS																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
6	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
9	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
12	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
15	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
17	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
18	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
20	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
21	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
22	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
23	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
24	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
25	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0

ANEXO 9: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	FORMULACION DEL PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC S.A.C, Trujillo 2022.	<p>Problema general: ¿Qué grado de relación existe entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>Problemas específicos: PE1 ¿Cuál es el nivel de responsabilidad social empresarial en DTECNOC SAC, Trujillo 2022? PE2 ¿Cuál es el nivel de competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>PE3 ¿Qué grado de relación existe entre los Valores y la coherencia y la Competitividad en</p>	<p>Hipótesis general: H_i Existe grado de relación directa y significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022. H₀ No existe grado de relación directa y significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: 1. H_{E1} Existe grado de relación entre los Valores y transparencia y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p>	<p>Objetivo general: Determinar el grado de relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>Objetivos específicos: O_{E1} Identificar el nivel de responsabilidad social empresarial en DTECNOC SAC, Trujillo 2022. O_{E2} Identificar el nivel de</p>	<p>Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>Valores y coherencia Relación con los proveedores Relación con los consumidores Relación con la comunidad Medioambiente</p> <p>Gestión gerencial de producción Gestión de la financiera</p>	<p>Tipo: No experimental Transeccional Básica Métodos: Hipotético deductivo Diseño: Descriptivo correlacional Población y muestra: La población está representada por 25 colaboradores de la empresa DTECNOC S.A.C, la cual conformo la muestra. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Se aplicará una encuesta a la</p>

	<p>DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>PE4 ¿Qué grado de relación existe entre el Público interno y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>PE5 ¿Qué grado de relación existe entre los Proveedores y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>PE6 ¿Qué grado de relación existe entre los Consumidores y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>PE7 ¿Qué grado de relación existe entre la Comunidad y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022?</p> <p>PE8 ¿Qué grado de relación existe entre el Medioambiente y la</p>	<p>H01 No existe grado de relación entre los Valores y la transparencia y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>2. HE2 Existe grado de relación entre el Público interno y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>H02 No existe grado de relación entre el Público interno y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>3. HE3 Existe grado de relación entre los Proveedores y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>H03 No existe grado de relación entre los Proveedores y la</p>	<p>competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>OE3 Determinar la relación entre los Valores y la coherencia y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>OE4 Determinar la relación entre el Público interno y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>OE5 Determinar la relación entre los Proveedores y la Competitividad en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p>	<p>Competitividad</p>	<p>Gestión comercial Ciencia y tecnología Internacionalización</p>	<p>muestra seleccionada. Como instrumento de medición se aplicará 2 cuestionarios en referencia a cada variable. Métodos de análisis de investigación: Para el procesamiento y análisis de datos se aplicará la estadística descriptiva, el coeficiente de correlación de Rho Spearman.</p>
--	---	---	---	------------------------------	--	--

	<p>Internacionalización en DTECNO SAC, Trujillo 2022?</p>	<p>Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p> <p>4. H_{E4} Existe grado de relación entre los Consumidores y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p> <p>H₀₄ No existe grado de relación entre los Consumidores y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p> <p>5. H_{E5} Existe grado de relación entre la Comunidad y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p> <p>H₀₅ No existe grado de relación entre la Comunidad y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p>	<p>O_{E6} Determinar la relación entre los Consumidores y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p> <p>O_{E7} Determinar la relación entre la Comunidad y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p> <p>O_{E8} Determinar la relación entre el Medioambiente y la Competitividad en DTECNO SAC, Trujillo 2022.</p>		
--	---	---	--	--	--

				<p>6. H₁₆ Existe grado de relación entre el Medioambiente y la Internacionalización en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p> <p>H₀₆ No existe grado de relación entre el Medioambiente y la Internacionalización en DTECNOC SAC, Trujillo 2022.</p>		

ANEXO 10: CARTA DE AUTORIZACION DE EMPRESA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA EL DESARROLLO DE TESIS

Yo, Maria Angelina Mendoza Vargas, identificado con DNI 32955328 en mi calidad de Gerente General de la empresa/institución Distribuidor de Tecnología Celular SAC, con RUC N° 20560147644 ubicada en la ciudad de Trujillo, Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN

Al Sr.(ta) Valeria Antonela Pichen Castillo identificado (a) con DNI N° 75069224, bachiller (es) del programa de estudios de Administración, para que utilice la siguiente información de la empresa, tener acceso, utilizar información y aplicar instrumentos de recolección de información para la tesis titulada Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad en DTECNOC SAC, TRUJILLO 2022 para obtener el Título Profesional. Adjunto a esta carta la siguiente documentación:

(X) Ficha RUC

DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGÍA
CELULAR S.A.C.

MARIA ANGELINA MENDOZA VARGAS DE AGUIRRE
GERENTE GENERAL

Firma y sello del Representante Legal

DNI: 32955328

El bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y Tesis. En caso de comprobarse la falsedad de datos y será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente y así mismo asumirá la responsabilidad antes posible acciones legales que la empresa, otorgante de la información, pueda ejecutar.

Firma del Bachiller

DNI: 75069224

ANEXO 11: FICHA RUC DE EMPRESA

25/2/23, 13:53

Datos de Ficha RUC- CIR(Constancia de Información Registrada)



FICHA RUC : 20560147644
DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGIA CELULAR S.A.C.

Número de Transacción : 75284122

CIR - Constancia de Información Registrada

Información General del Contribuyente

Apellidos y Nombres ó Razón Social	: DISTRIBUIDOR DE TECNOLOGIA CELULAR S.A.C.
Tipo de Contribuyente	: 39-SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Fecha de Inscripción	: 21/10/2014
Fecha de Inicio de Actividades	: 21/10/2014
Estado del Contribuyente	: ACTIVO
Dependencia SUNAT	: 0063 - I.R.LA LIBERTAD-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	: HABIDO
Emisor electrónico desde	: 20/12/2018
Comprobantes electrónicos	: FACTURA (desde 20/12/2018),BOLETA (desde 14/06/2019)

Datos del Contribuyente

Nombre Comercial	: DTECNOC
Tipo de Representación	: -
Actividad Económica Principal	: 4652 - VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO, PARTES Y PIEZAS ELECTRÓNICOS Y DE TELECOMUNICACIONES
Actividad Económica Secundaria 1	: -
Actividad Económica Secundaria 2	: -
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	: MANUAL
Sistema de Contabilidad	: MANUAL
Código de Profesión / Oficio	: -
Actividad de Comercio Exterior	: IMPORTADOR
Número Fax	: -
Teléfono Fijo 1	: -
Teléfono Fijo 2	: -
Teléfono Móvil 1	: 44 - 920063114
Teléfono Móvil 2	: - - 943963458
Correo Electrónico 1	: suyon_asesor_empresaial@hotmail.com
Correo Electrónico 2	: dtecnoc@gmail.com

Domicilio Fiscal

Actividad Económica	: 4652 - VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO, PARTES Y PIEZAS ELECTRÓNICOS Y DE TELECOMUNICACIONES
Departamento	: LA LIBERTAD
Provincia	: TRUJILLO
Distrito	: TRUJILLO
Tipo y Nombre Zona	: SEC. NATASHA ALTA
Tipo y Nombre Vía	: -
Nro	: -
Km	: -
Mz	: I
Lote	: 20
Dpto	: -
Interior	: -
Otras Referencias	: FRENTE A ELECTRONICA ASMAT
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	: CESION EN USO.

Datos de la Empresa

Fecha Inscripción RR.PP	: 29/08/2014
Número de Partida Registral	: 11246612
Tomo/Ficha	: -
Folio	: -
Asiento	: -
Origen del Capital	: NACIONAL
País de Origen del Capital	: -

Registro de Tributos Afectos

<https://e-menu.sunat.gob.pe/cl-ti-itmenu/MenuInternet.htm?pestanas=&agrupacion=>

1/3

Tributo	Afecto desde	Marca de Exoneración	Exoneración	
			Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	21/10/2014	-	-	-
RENTA 4TA. CATEG. RETENCIONES	01/07/2018	-	-	-
RENTA 5TA. CATEG. RETENCIONES	01/07/2018	-	-	-
RENTA - REGIMEN MYPE TRIBUTARIO	01/11/2018	-	-	-
ESSALUD SEG REGULAR TRABAJADOR	01/07/2018	-	-	-
SNP - LEY 19990	01/07/2018	-	-	-

Representantes Legales

Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD -32955328	MENDOZA VARGAS DE CABRERA MARIA ANGELINA	GERENTE GENERAL	29/01/1973	29/08/2014	-
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo	
	URB. SAN ANDRES II ETAPA CAL. FRAY BARTOLOME DE LAS CAS 488 Int 2PI	LA LIBERTAD TRUJILLO TRUJILLO	13 - -	-	

Otras Personas Vinculadas

Tipo y Nro.Doc.	Apellidos y Nombres	Vinculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD -32955328	MENDOZA VARGAS DE CABRERA MARIA ANGELINA	SOCIO	29/01/1973	29/08/2014	-	90.000000000
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo		
	URB. SAN ANDRES II ETAPA CAL. FRAY BARTOLOME DE LAS CAS 488 Int 2PI	LA LIBERTAD TRUJILLO TRUJILLO	13 - -	-		
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD -32541115	MENDOZA VILLANUEVA LEONCIO	SOCIO	11/04/1939	29/08/2014	-	10.000000000
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo		
		---	---	-		

Establecimientos Anexos

Código	Tipo	Denominación	Ubigeo	Domicilio	Otras Referencias	Cond.Legal
0005	SUCURSAL	-	LA LIBERTAD TRUJILLO TRUJILLO	CND. RESIDENCIAL AMERICA SUR EDIFICIO 03 AV. AMERICA SUR 1ER PISO 1764	TIENDA D1	ALQUILADO
0001	SUCURSAL	-	ANCASH SANTA NUEVO CHIMBOTE	URB. UNICRETO Mz F3 Lote 43	-	CESION EN USO.
0002	SUCURSAL	-	ANCASH HUARAZ INDEPENDENCIA	BAR. CASCAPAMPA AV. INDEPENDENCIA 1068	-	ALQUILADO
0003	SUCURSAL	-	LA LIBERTAD PACASMAYO PACASMAYO	SEC. CERCADO JR. HUASCAR 0089	-	ALQUILADO
0004	DEPOSITO	-	LA LIBERTAD TRUJILLO TRUJILLO	---- TRUJILLO CAL. JUNIN 647	-	ALQUILADO

Importante

La SUNAT se reserva el derecho de verificar el domicilio fiscal declarado por el contribuyente en cualquier momento.

Documento emitido a través de SOL - SUNAT Operaciones en Línea, que tiene validez para realizar trámites Administrativos, Judiciales y demás

DEPENDENCIA SUNAT
Fecha:25/02/2023
Hora:13:53

25/2/23, 13:53

Datos de Ficha RUC- CIR(Constancia de Información Registrada)

<https://e-menu.sunat.gob.pe/cl-li-itmenu/MenuInternet.htm?pestanas=&agrupacion=>

3/3

INFORME DE TESIS - VALERIA PICHON CASTILLO

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	2%
3	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1%

10	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
13	1library.co Fuente de Internet	<1 %
14	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Catolica de Oriente Trabajo del estudiante	<1 %
18	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
20	itfip.edu.co Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

22	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.uceva.edu.co Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	bibliotecaunapec.blob.core.windows.net Fuente de Internet	<1 %
29	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
30	sired.udenar.edu.co Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
32	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
33	Submitted to Universidad Nacional de Piura Trabajo del estudiante	<1 %

<1 %

34

plataforma.responsable.net

Fuente de Internet

<1 %

35

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

36

[Submitted to Universidad Cientifica del Sur](#)

Trabajo del estudiante

<1 %

37

[Submitted to Universidad Privada del Norte](#)

Trabajo del estudiante

<1 %

38

administracion.univalle.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

39

[Submitted to Universidad Nacional de Barranca](#)

Trabajo del estudiante

<1 %

40

[Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote](#)

Trabajo del estudiante

<1 %

41

repositorio.upao.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

42

repositorio.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

43

core.ac.uk

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía Activo

INFORME DE TESIS - VALERIA PICHON CASTILLO

INFORME DE GRADEMARK

NOTA FINAL

COMENTARIOS GENERALES

/0

PÁGINA 1

PÁGINA 2

PÁGINA 3

PÁGINA 4

PÁGINA 5

PÁGINA 6

PÁGINA 7

PÁGINA 8

PÁGINA 9

PÁGINA 10

PÁGINA 11

PÁGINA 12

PÁGINA 13

PÁGINA 14

PÁGINA 15

PÁGINA 16

PÁGINA 17

PÁGINA 18

PÁGINA 19

PÁGINA 20

PÁGINA 21

PÁGINA 22

PÁGINA 23

PÁGINA 24

PÁGINA 25

PÁGINA 26

PÁGINA 27

PÁGINA 28

PÁGINA 29

PÁGINA 30

PÁGINA 31

PÁGINA 32

PÁGINA 33

PÁGINA 34

PÁGINA 35

PÁGINA 36

PÁGINA 37

PÁGINA 38

PÁGINA 39

PÁGINA 40

PÁGINA 41

PÁGINA 42

PÁGINA 43

PÁGINA 44

PÁGINA 45

PÁGINA 46

PÁGINA 47

PÁGINA 48

PÁGINA 49

PÁGINA 50

PÁGINA 51

PÁGINA 52

PÁGINA 53

PÁGINA 54

PÁGINA 55

PÁGINA 56

PÁGINA 57

PÁGINA 58

PÁGINA 59

PÁGINA 60

PÁGINA 61

PÁGINA 62

PÁGINA 63

PÁGINA 64

PÁGINA 65

PÁGINA 66

PÁGINA 67

PÁGINA 68

PÁGINA 69

PÁGINA 70

PÁGINA 71

PÁGINA 72

PÁGINA 73

PÁGINA 74

PÁGINA 75

PÁGINA 76

PÁGINA 77

PÁGINA 78

PÁGINA 79

PÁGINA 80

PÁGINA 81

PÁGINA 82

PÁGINA 83

PÁGINA 84

PÁGINA 85

PÁGINA 86

PÁGINA 87

PÁGINA 88

PÁGINA 89

PÁGINA 90

PÁGINA 91

PÁGINA 92

PÁGINA 93

PÁGINA 94

PÁGINA 95

PÁGINA 96

PÁGINA 97

PÁGINA 98

PÁGINA 99

PÁGINA 100

PÁGINA 101

PÁGINA 102

PÁGINA 103

PÁGINA 104

PÁGINA 105

PÁGINA 106

PÁGINA 107

PÁGINA 108

PÁGINA 109

PÁGINA 110

PÁGINA 111

PÁGINA 112

PÁGINA 113

PÁGINA 114

PÁGINA 115

PÁGINA 116

PÁGINA 117

PÁGINA 118

PÁGINA 119

PÁGINA 120

PÁGINA 121

PÁGINA 122

PÁGINA 123

PÁGINA 124

PÁGINA 125
