

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

**Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales**

**Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN  
LA TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS  
AGROINDUSTRIALES DE TACNA, AÑO 2016**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. VLADIMIR LAUTARO TICONA JOAQUIN**

**Para optar el Título Profesional de:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**TACNA – PERÚ**

**2022**

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

**Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales**

**Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras**

**TESIS**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA  
TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS  
AGROINDUSTRIALES DE TACNA, AÑO 2016**

Tesis sustentada y aprobada el 18 de diciembre del 2020; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE

:

  
.....  
Dr. CPC Alexis Efrain Alpaca Cusicanqui

SECRETARIO

:

  
.....  
CPC. Hernán Chau Palante

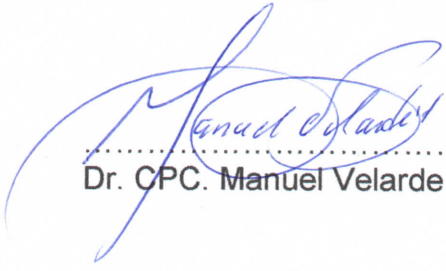
VOCAL

:

  
.....  
Dra. CPC. Betty Esther Cohaila Calderón

ASESOR

:

  
.....  
Dr. CPC. Manuel Velarde Herencia

## **DEDICATORIA**

A Dios, ser divino, que ilumina mi camino en este proyecto educativo.

A mis padres, por ser el mayor ejemplo de perseverancia en el progreso académico.

## CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iii
CONTENIDO .....	iv
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I:PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	6
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES .....	7
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.6 HIPÓTESIS .....	11
CAPÍTULO II:MARCO TEÓRICO .....	12
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
2.2 BASES TEÓRICAS .....	23
2.2.1 Responsabilidad social empresarial .....	23
2.2.2 Toma de decisiones .....	38
2.3 DEFINICIONES DE TÉRMINOS.....	53
CAPÍTULO III:MARCO METODOLÓGICO .....	58
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	58

3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	59
3.3	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	62
3.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS .....	64
3.5	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....	65
	CAPÍTULO IV:RESULTADOS .....	66
4.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVO .....	67
	CAPÍTULO V:DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	136
5.1	DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	136
	CONCLUSIONES .....	144
	RECOMENDACIONES.....	147
	REFERENCIAS .....	149
	ANEXOS .....	156

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Determinación de la población .....	59
Tabla 2	Determinación de la muestra .....	61
Tabla 3	Definición operacional de las variables .....	62
Tabla 4	En su empresa, los valores están documentados y divulgados y forman parte del código de ética conocido en todos los niveles de la organización. ....	67
Tabla 5	En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, éste aborda a tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno.....	68
Tabla 6	En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas.....	69
Tabla 7	Su empresa cuenta con instancias (comités y/o consejos) responsables de las materias éticas.....	70
Tabla 8	Con relación a su relación con las partes interesadas (empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno, comunidad), su empresa discute estrategias y problemas sólo a nivel de los líderes de la organización.....	71
Tabla 9	En su empresa, los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos.....	72

Tabla 10	En su empresa, existen procesos sistemáticos de difusión de los valores, tanto para los empleados como para asociados externos. ....	73
Tabla 11	En su empresa, además de ser sistemáticamente difundidos los valores y principios, su adopción es evaluada y verificada periódicamente. ....	74
Tabla 12	En su empresa existe un buen porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. ....	75
Tabla 13	En su empresa, existen tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. ....	76
Tabla 14	En su empresa se desarrolla programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. ....	77
Tabla 15	En su empresa existe un tiempo suficiente para la formación de los trabajadores, por categoría. ....	78
Tabla 16	En su empresa se promueve programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. ....	79

Tabla 17	En su empresa la política ambiental es conocida por todos los trabajadores y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la organización.....	80
Tabla 18	Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad. ....	81
Tabla 19	En su empresa se conoce los principales impactos ambientales causados por sus procesos productivos y enfoca su acción preventiva sólo en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de sus trabajadores. ....	82
Tabla 20	Su empresa posee un plan de emergencia ambiental que relacione todos sus procesos/productos/servicios que involucran situaciones de riesgo, y entrena a su personal periódicamente para enfrentar tales situaciones .....	83
Tabla 21	Su empresa, dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implementar procesos de disposición adecuada de residuos.....	84
Tabla 22	Su empresa posee procesos de reducción y reutilización de recursos, mide, monitorea y audita periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados con el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos, para prevenir daños ambientales. ....	85
Tabla 23	Su empresa cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional. ....	86

Tabla 24 Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la problemática ambiental junto al gobierno y la comunidad permanentemente.....	87
Tabla 25 Su empresa trata de coadyuvar a informar a la población sobre los efectos ambientales originados por la actividad humana y a promover valores de responsabilidad ambiental, mediante el desarrollo de acciones de educación ambiental. ....	88
Tabla 26 En su empresa se desarrolla actividades de educación ambiental enfocadas a los trabajadores y comunidad .....	89
Tabla 27 La acción social de su empresa está organizada sobre la base de: Administración arbitraria por parte de un director o gerente a partir de solicitudes externas.....	90
Tabla 28 Su empresa incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa....	91
Tabla 29 Su empresa realiza donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrolla proyectos sociales propios.....	92
Tabla 30 Su empresa cede el uso de sus instalaciones o equipos para actividades de interés a público, aportando sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales corporativos o realizados por terceros.....	93
Tabla 31 Su empresa cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales .....	94
Tabla 32 Su empresa participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por	

entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos .....	95
Tabla 33 Su empresa elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos. ....	96
Tabla 34 Su empresa produce un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables. ....	97
Tabla 35 La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet.....	98
Tabla 36 Su empresa determina los objetivos de la inversión que son coherentes a la misión de la misma. ....	99
Tabla 37 Su empresa logra los objetivos de la inversión oportunamente. ....	100
Tabla 38 Su empresa planifica las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma.....	101
Tabla 39 Su empresa determina las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma.....	102
Tabla 40 Su empresa planifica la inversión en inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a los objetivos de la misma. ....	103
Tabla 41 Su empresa ejecuta la inversión de inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a la misión de la misma .....	104
Tabla 42 Su empresa planifica la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma. ....	105

Tabla 43 Su empresa ejecuta la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma. ....	106
Tabla 44 Su empresa planifica la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma. ....	107
Tabla 45 Su empresa ejecuta la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma. ....	108
Tabla 46 Su empresa determina los objetivos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma. ....	109
Tabla 47 Su empresa logra los objetivos de financiamiento oportunamente. ....	110
Tabla 48 Su empresa planifica las necesidades de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma. ....	111
Tabla 49 Su empresa determina las necesidades de financiamiento oportunamente. ....	112
Tabla 50 Su empresa planifica el financiamiento interno que son coherentes a la misión de la misma. ....	113
Tabla 51 Su empresa logra el financiamiento interno oportunamente. ....	114
Tabla 52 Su empresa planifica el financiamiento externo que son coherentes a la misión de la misma. ....	115
Tabla 53 Su empresa logra el financiamiento externo oportunamente. ....	116
Tabla 54 Su empresa determina los costos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma. ....	117
Tabla 55 Su empresa logra reducir los costos de financiamiento oportunamente. ....	118

Tabla 56 Su empresa planifica el presupuesto efectivo que son coherentes a la misión de la misma. ....	119
Tabla 57 Su empresa logra los objetivos del presupuesto efectivo oportunamente.....	120

## RESUMEN

Para las organizaciones agroindustriales, la toma de decisiones es clave para el éxito de las mismas, para ello es fundamental un buen análisis de la responsabilidad social; por lo que el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la responsabilidad social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

En lo referente a la metodología, se considera de tipo básica, teórica, fundamental, dogmática o pura. El diseño de investigación es descriptiva y no experimental, de corte transversal. No se obtuvo muestra se trabajó con toda la población, o sea, con los gerentes de las empresas agroindustriales, sienta un total por qué es accesible para el desarrollo del trabajo de campo. El instrumento utilizado fue la encuesta.

Los resultados demostraron que la responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

Palabras clave: Responsabilidad social, toma de decisiones, transferencias.

## **ABSTRACT**

For agro-industrial organizations, decision-making is key to their success, for this a good analysis of social responsibility is essential; therefore, the objective of this research work was to determine how social responsibility influences decision-making in agro-industrial companies in Tacna, 2016.

Regarding the methodology, it is considered basic, theoretical, fundamental, dogmatic or pure. The research design is descriptive and not experimental, cross-sectional. No sample was obtained, we worked with the whole population, that is, with the advisory counters of the agroindustrial companies, I feel a total why it is accessible for the development of the field work. The instrument used was the survey.

The results showed that social responsibility has a significant influence on decision-making in agro-industrial companies in Tacna, 2016.

Key words: Social responsibility, decision making, transfers.

## INTRODUCCIÓN

Según Muñoz (2003), recientemente la responsabilidad social esta captando la importancia debida, esto a causa de las nuevas políticas y dirección en la que se guía el ámbito empresarial, constituyendo una ventaja estratégica en una diversidad de empresas y entidades.

Así mismo, la responsabilidad social es primordial para elevar la competitividad, considerando que, en sus actividades productivas se debe tener en cuenta la responsabilidad social en las diferentes dimensiones, como la ética, colaboradores, ambiental y social, todo ello implica que se tenga en cuenta los grupos de interés, como los proveedores, los clientes, entre otros; entonces se hace necesario que los directivos ejerzan un liderazgo responsable y ético mediante el cual se dé el cumplimiento de las normas para el buen funcionamiento de la organización.

Si la empresa está en modo de responsabilidad social alcanzará el logro de los objetivos de manera oportuna y hará que sea más competitiva, por ello todos los colaboradores deben desarrollar buenas prácticas de responsabilidad social conjuntamente con la plana directiva para que

tomen buenas decisiones para optimizar la gestión financiera y gestión contable de la organización empresarial.

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Actualmente, la responsabilidad social en las empresas es muy trascendental para el desarrollo sostenible de las organizaciones.

La responsabilidad social en las empresas agroindustriales busca elevar el buen desempeño operativo, mediante las prácticas en las dimensiones: ética, social, colaboradores y ambiental (Lopez & Moneva, 2011).

Moya (2017), sostiene que el enfoque de los proyectos de responsabilidad social empresarial implica que tengan un impacto positivo en la comunidad donde se encuentre, por ello los entes económicos deben buscar también el beneficio de manera recíproca, es decir, el de la misma empresa y de la población, por ello deben consignar el logro de los objetivos con visión estratégica.

En Perú, cada vez es más evidente que las empresas no le dan la debida importancia a la responsabilidad social; sin embargo, es

necesario para el éxito empresarial, debido a que coadyuva a una adecuada toma de decisiones.

En las empresas agroindustriales pareciera que no se preocupan a cabalidad por desarrollar una correcta responsabilidad social, con respecto a la dimensión: ética, colaboradores, ambiental y social, por lo que muchas empresas no optimizan su rentabilidad, debido a una deficiente toma de decisiones.

Esto se ve reflejado debido a que no desarrollan en gran medida la dimensión social que involucra el efecto que se da en la población y que lo que hace la empresa tiene un impacto también en la población, pero también en su grupo de interés interno como son sus colaboradores, y la empresa debe elevar su rentabilidad o liquidez, lo que también contribuirá con su comunidad, entonces el ente económico estará demostrando una buena responsabilidad social.

En cuanto a la dimensión medioambiental que considera si la empresa prioriza a los grupos de interés interno y externo, y desarrolla buenas prácticas de ecoeficiencia, así como aplica los principios de desarrollo sostenible, la organización empresarial

obtendrá beneficios económicos, lo que hará que si los entes económicos demuestran cada vez más niveles de responsabilidad social ambiental entonces podrán elevar su rentabilidad (Saavedra, 2011).

Con respecto a la dimensión ética, la empresa demuestra y se caracteriza principalmente por la diaria aplicación de valores como la honestidad, el respeto a las normas, al entorno, etc. En cuanto a la dimensión colaboradores, la empresa se preocupa por las necesidades de los grupos de interés como clientes, proveedores, entidades financieras, SUNAT, etc.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Problema principal**

¿De qué manera la responsabilidad social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- a) ¿Cómo la responsabilidad social en la dimensión ética influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?
- b) ¿De qué manera la responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?
- c) ¿De qué forma la responsabilidad social en la dimensión ambiental influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?
- d) ¿Cómo la responsabilidad social en la dimensión social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?

## **1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

### **1.3.1 Justificación**

El presente estudio se justifica, ya que contribuirá a que se conozca los aspectos que nos permiten desarrollar una óptima responsabilidad social, en cuanto a la dimensión ética, dimensión colaboradores, dimensión ambiental y dimensión

social, que coadyuvará a la adecuada toma de decisiones en las empresas agroindustriales de la región Tacna. Asimismo, cabe indicar que la responsabilidad social trata de la actitud y la conducta que asume el ente ante las exigencias sociales, proveniente de sus actividades, que le plantea la sociedad.

### **1.3.2 Importancia**

El presente estudio es fundamental, debido a que ayudará a que las empresas agroindustriales desarrollen planes de mejora en cuanto a la responsabilidad social y de esta forma logren tomar acertadas decisiones y, por ende, elevar el nivel de competitividad empresarial, como resultado de buenas prácticas de responsabilidad en lo referente a las dimensiones: ética, colaboradores, ambiental y social.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.4.1 Alcances**

Dado el rigor científico con el que se ha trabajado la investigación, se expone la metodología de la investigación y los resultados: Trabajo de campo y proceso de contraste de

hipótesis, se considera que las conclusiones y sugerencias pueden alcanzar a los gerentes de las empresas agroindustriales, de Tacna.

#### **1.4.2 Limitaciones**

##### **Limitaciones teóricas**

Con relación a las variables del problema planteado, si bien es cierto se encontraron estudios previos a nivel internacional, pero fue insuficiente en cuanto a la responsabilidad social en el ámbito nacional, ya que es un tema recién abordado y aplicado por las empresas en nuestro país.

##### **Limitaciones relacionado a la aplicación de los cuestionarios**

No fue fácil, en un primer momento, tener acceso a una entrevista con los gerentes de todas las empresas según la población. Asimismo, algunos gerentes no querían responder el cuestionario, pero al final se les explicó, que solo era para fines académicos, y se logró encuestarlos.

Además, también se le dejó el cuestionario a la secretaria del gerente, cuando después de unos días se le solicitó algunos gerentes lo habían extraviado.

### **Limitaciones temporales**

Con respecto a las limitaciones temporales, el tiempo fue una limitación dado que no se podía coincidir con el horario de los gerentes a encuestar. Asimismo, tomó mucho tiempo elaborar el marco teórico, ya que no hay suficiente bibliografía sobre los indicadores.

### **Limitaciones en cuanto a recursos financieros**

En lo referente a las limitaciones de los recursos financieros, se contó con insuficiente dinero para la movilidad urbana en el desarrollo de la tesis, así como para la impresión de los cuestionarios de aplicación, y en la realización de las impresiones de la tesis.

## **1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1 Objetivo general**

Determinar de qué manera la responsabilidad social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- a) Establecer cómo la responsabilidad social en la dimensión ética influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.
- b) Determinar de qué manera la responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.
- c) Determinar de qué forma la responsabilidad social en la dimensión ambiental influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.
- d) Determinar cómo la responsabilidad social en la dimensión social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **1.6 HIPÓTESIS**

### **1.6.1 Hipótesis general**

La responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **1.6.2 Hipótesis específicas**

- a) La responsabilidad social en la dimensión ética influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.
- b) La responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.
- c) La responsabilidad social en la dimensión ambiental influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.
- d) La responsabilidad social en la dimensión social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1 Internacionales**

Saavedra (2011) desarrolló el trabajo de investigación denominado: “La responsabilidad social empresarial y las finanzas”, de la Universidad del Valle Cali, Colombia. El estudio concluye que los grupos de interés interno como son el personal que labora en el ente económico, así como los grupos de interés externo, en cuanto a los consumidores y clientes, permitirá que la responsabilidad se note y haga que se distinga de las demás empresas.

Al respecto, la responsabilidad social es un aspecto fundamental en las organizaciones empresariales, sobre todo en la dimensión colaboradores, por lo que es determinante que las empresas desarrollen procesos de gestión de la calidad, y de esta manera desarrollar estrategias de mejora para motivar a los trabajadores, y de esta manera se

incremente la rentabilidad, y la reputación corporativa, con el fortalecimiento de la dimensión ética.

La responsabilidad social constituye pilar esencial en las empresas, principalmente en la dimensión colaboradores.

Lopez & Moneva (2011) en su trabajo de investigación titulado: “El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa” de la Revista Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México, concluye lo siguiente:

Los entes económicos no demuestran responsabilidad social, debido a que priorizan sus propios beneficios económicos, sin tener en cuenta que las organizaciones se encuentran en un contexto social, por lo que es importante que desarrollen acciones que garantice el bienestar de la sociedad.

Las empresas deben desarrollar un buen desempeño financiero que asegure el aumento de sus ratios financieros, como de liquidez y rentabilidad, todo ello se relaciona con la

responsabilidad social, debido a que tal desempeño se tiene que desarrollar cumpliendo las normas y directivas internas de la gestión financiera.

Para la aplicación de una adecuada responsabilidad social ambiental, las empresas deben tener diversos instrumentos de gestión ambiental, como programas de monitoreo ambiental, y análisis de riesgos ambientales.

Henao (2013) elaboró el estudio denominado: “La responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión en la organización Pranha S.A.” (Tesis de maestría) Universidad Nacional de Colombia. El estudio concluye en lo siguiente:

La aplicación de la responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión en la organización Pranha le ayudó a acercarse progresivamente mas a la sociedad y al mercado.

Esto se convierte en un dispositivo para crear diferenciación y valor en la organización, volviendo más competente a Pranha.

La responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión le permite a la organización acercarse mas a los colaboradores, haciendo que estos se sientan identificados con Pranha, creando valores como mayor compromiso y leantad, lo que mejora la imagen de la empresa a corto y largo plazo. Esto crea un ambiente de camaradería propicio para mejorar la productividad y el cumplimiento de los objetivos organizacionales de la empresa, y a su vez mejorando la relación de la empresa con los clientes, proveedores y la comunidad, demostrando que la responsabilidad social empresarial es fundamental para mejorar la productividad de la empresa.

Las operaciones de las empresas se desarrollan siguiendo un procedimiento predeterminado, que está regido por instrumentos, como el manual de funciones, pero estas operaciones se pueden dar esporádicamente o a través de la fundación guiada por la presidencia de la empresa. Las fundaciones manejadas por la presidencia de las empresas constituyen vías ideales para poner en práctica programas de responsabilidad social empresarial. Las fundaciones permiten

a las organizaciones realizar la aplicación de estrategias a mediano y largo plazo, el buen manejo de las organizaciones es beneficioso para la organización, porque hace posible que los colaboradores puedan acercarse a la empresa con la sociedad. La fundación trabaja incansablemente en tratar de dar solución a una amplia gama de problemas sociales, esperando que la sociedad pueda darle importancia a la labor de la fundación que es guiada por la responsabilidad social empresarial.

La implementación de la responsabilidad social empresarial trae muchos beneficios para las corporaciones. Muchas entidades del sector público y privado brindan apoyo económico y logístico a las organizaciones que implementan la responsabilidad social empresarial, con ello estas logran obtener reconocimientos y premios que mejoran su reputación y estabilidad corporativa.

Con todo ello Pranha sirve de modelo y ejemplo a seguir frente a otras corporaciones de su sector económico. En la actualidad empresas constructoras siguen el modelo de

responsabilidad social empresarial adoptado por Pranha, estas políticas van dirigidas al beneficio de la sociedad.

Los grupos de interés son favorecidos directamente con la implementación de la responsabilidad social empresarial, para ello es necesario que se cuente con sincronización constante entre los grupos de interés y la entidad. Uno de los grupos mas beneficiados con la responsabilidad social empresarial en la entidad, es la sociedad. Ya que la entidad con la implementación de esta política ayudará e impulsará proyectos en favor de la comunidad.

El modelo planteado otorga cuatro modelos de responsabilidad social empresarial que son afines a los objetivos institucionales de Pranha, los modelos son los siguientes: Modelo de Performance Social de Carroll (1979), este modelo manifiesta la existencia de una pirámide de responsabilidades, en donde se tiene a la responsabilidad económica en los cimientos de la pirámide, y la responsabilidad discrecional en la punta. Modelo de Freeman (1984) el cual permite clasificar e identificar los grupos de

interés con lo que la entidad se relaciona. El Modelo Bidimensional de Quazi y O'Brien (2000), éste orienta a la organización a optar por una estrategia del tipo corporativo, dándole un rumbo moderno a la implementación de la responsabilidad social empresarial.

Quiroa (2014) en su trabajo de investigación titulado "Toma de decisiones y productividad laboral" (Estudio realizado con el área de salud de Quetzaltenango)" de la Universidad Rafael Landívar concluye lo siguiente:

- La toma de decisiones constituye un pilar fundamental dentro de la entidad, esto para que exista una óptima productividad laboral.

- Para la solución de conflictos dentro de la organización es necesario la existencia de un buen canal de comunicación entre directivos y colaboradores.

- Tiene que existir un clima laboral óptimo dentro de la entidad, donde todos los trabajadores se sientan a gusto de desempeñar sus funciones dentro de su centro de trabajo.

Izquierda & Prieto (2014) elaboraron el estudio denominado: “Responsabilidad social empresarial, innovación y crisis económica”. (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid. El estudio concluye en lo siguiente:

- La responsabilidad social empresarial en las entidades no debe convertirse solamente en políticas y técnicas de dirección y gestión. En la actualidad las organizaciones están en constante evolución, donde para sobresalir y diferenciarse de los competidores la implementación adecuada de la responsabilidad social empresarial es decisiva para la empresa.

- La responsabilidad social empresarial esta aun en proceso de crecimiento, y dependiendo del sector de la entidad, puede orientarse a la satisfacción de necesidades específicas: como obras sociales, educación, etc.

- La responsabilidad social empresarial es entendida actualmente como la orientación que tenga la entidad a tomar en cuenta el factor medioambiental, social y económico en la toma de decisiones para evitar impactos negativos en la sociedad, y traer múltiples beneficios a la comunidad.

- La perspectiva de la responsabilidad social empresarial en Europa se basa en la participación de los colaboradores y partes interesadas para la construcción del modelo a seguir y políticas a aplicar dentro de la entidad.

- A nivel global aún no existe una aplicación a gran escala de la responsabilidad social empresarial en las empresas, este punto es muchas veces considerado en sus planes o políticas, pero no es correctamente implementado.

### **2.1.2 Nacionales**

Lapa (2014) elaboró el estudio “La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú”. (Tesis Doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima. El estudio considera lo siguiente:

- En el tiempo actual, la responsabilidad social ambiental a cobrado fuerza en el ámbito empresarial, convirtiéndose en motivo de diferenciación, aumentando la competitividad. Esto constituye un foco de atracción para las partes interesadas, así como para nuevos inversionistas y clientes.
- La implementación de la responsabilidad social empresarial dentro de las empresas otorga beneficios económicos, y a la vez beneficia a la comunidad.
- Para la correcta aplicación de la responsabilidad social empresarial dentro de la organización, se debe tener constante comunicación con las partes interesadas, como trabajadores, clientes, proveedores, etc. De esta manera se fortalece la unidad corporativa.
- Asimismo, esta política puede beneficiar económicamente a la empresa, con la reducción periódica de costos, y la obtención de premios que lo harán mas atrayente para con los clientes.

- A partir del siglo XX se a visto un cambio en las empresas a nivel mundial, los recursos escasean y los gobiernos implementan políticas ambientales, exigiendo que la empresa trabaje sin causar un fuerte impacto ambiental, la responsabilidad social empresarial, promueve la protección del medio ambiente, y el uso adecuado de los recursos naturales.
- Una de las características que sobresale en la responsabilidad social empresarial es la ética y valores que difunden entre los trabajadores para con la comunidad.
- La responsabilidad social empresarial, orienta y forma empresarios con valores, conscientes de la actividad que realiza su empresa, contribuyendo al crecimiento ético de sus trabajadores y mejorando la calidad de vida de la población.

Trigoso (2017) elaboró el estudio “Incidencia de la educación financiera en la toma de decisiones de inversión y financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en la Ciudad de Huaraz, 2014”. (Tesis de maestría). Universidad Nacional. Santiago Antúnez de Mayolo. El estudio concluyó que la toma de decisiones es un aspecto

preponderante para el éxito empresarial, de ello dependerá tal vez, que se eleven sus ingresos. Pero para ello, la plana directiva debe poseer un buen liderazgo y debe promover y hacer sus prácticas empresariales con responsabilidad social tanto hacia los grupos de interés interno y externo, solo así hará que sea más competitiva y tendrá más reputación empresarial.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 Responsabilidad social empresarial**

#### **2.2.1.1 Modelos de responsabilidad social empresarial**

##### **modelos operativos de RSC.**

Fue fundamentada por Carroll (1979). Este modelo considera las siguientes responsabilidades:

- **Responsabilidades económicas**

Trata cuando los entes económicos dan bienes y servicios que requiere la sociedad, para que se satisfaga lo que necesita las sociedades. Se enfoca, esta dimensión, en que las organizaciones económicas consigan incrementar

rentabilidad y utilidades, pero todo ello está en función de la calidad de los productos ya sea en bienes y servicios que ofrecen (Araque y Montero, 2006, citado en Gómez, 2010).

- **Responsabilidades legales**

Existe un marco jurídico en el país en que opere la empresa, por lo que este nivel de responsabilidad que debe asumir la organización se centra en que sus actividades comerciales y/o de producción deben ajustarse al marco jurídico vigente donde la empresa funcione (Araque y Montero, 2006, citado en Gómez, 2010).

- **Responsabilidades éticas**

El comportamiento y actuar de la empresa hacia los colaboradores, es comprobado mediante las responsabilidades éticas (Araque y Montero, 2006, citado en Gómez, 2010). Esta dimensión afirma que las acciones que realice la empresa deben ser tomados en cuenta, la ética debe ser tomada como pilar fundamental de la empresa.

#### - **Responsabilidades filantrópicas**

Este tipo de responsabilidad empresarial hace referencia a que las organizaciones deben considerar el apoyo a la comunidad, para que así se pueda favorecer a la sociedad. (Jamali & Mirshak, 2007, citado en Gómez, 2010).

#### **Teoría de los stakeholder**

Según Freeman (1994), citado por Mochales (2013), es una nueva teoría de gestión organizacional y ética empresarial.

#### **El modelo RESOCO**

Este modelo se centra en la ayuda a las pymes que tienen como uno de sus objetivos el beneficio de la comunidad; se basa en el modelo EFQM (European Foundation for Quality Management), que es dirigido por un organismo que implementa políticas de RSE, por lo cual tiene como uno de sus objetivos la proyección social hacia la población, las actividades que desarrollen dentro de estos organismos apoyan a más pymes y a la comunidad.

Todo ello teniendo como fin lograr la concientización, cuidado, y respeto por el ambiente, con la ayuda de gestores sociales, el respeto por los derechos fundamentales de las personas, la inversión dentro de los parámetros de la responsabilidad social empresarial, los valores y ética empresarial, trabajando por lograr dos objetivos fundamentales que son la seguridad y salud laboral, y la transparencia.

#### **a) El modelo Integral INCAE**

Desde esta perspectiva la creación de un manual de indicadores de responsabilidad social corporativa es de suma importancia, esto para una adecuada autoevaluación sobre las políticas administrativas de la corporación, resaltando los lineamientos de responsabilidad social practicados en el ente.

El modelo INCAE es mas habitual en organizaciones de Centroamérica, en países como Nicaragua, Panamá, y Honduras. En la práctica se ha visto que la adopción de este modelo contribuye a realizar comparaciones acertadas entre organizaciones, para que con el producto de ello las organizaciones puedan tomar decisiones.

La estructura de este arquetipo se divide en ocho categorías, donde se hallan los componentes internos y externos, entre ellos tenemos al: Cumplimiento de normas, ética y transparencia, desarrollo de capital humano, reducción de impactos negativos, proyección hacia las familias, proyección a nivel nacional o regional, los modelos de excelencia (Araque y Montero, 2006, citado en Gómez, 2010).

#### **2.2.1.2 Definición**

La responsabilidad social abarca la adopción de políticas socialmente responsables por parte de las organizaciones, las labores en beneficio de la comunidad, y a su vez enfocándose en sectores críticos donde se necesita más presencia de la organización para poder paliar las necesidades de la población.

La organización al realizar determinadas actividades que le beneficien ingresos económicos, debe fijarse en su entorno y a las personas que afecta, desde esta perspectiva social la organización debe resarcir el costo social a través de programas de responsabilidad social, demostrando así su

responsabilidad ante la sociedad. Es por ello que la responsabilidad social es en esencia la predisposición y voluntad de la organización por asumir el costo social que va a provocar el desarrollo de sus actividades empresariales. (Accinelli y De La Fuente, 2013).

La responsabilidad social corporativa se encarga de regular la repercusión de las actividades económicas que realiza la organización respecto a los colaboradores, ya sean trabajadores, proveedores, accionistas, colectividad, naturaleza y sociedad. Esto constituye el cumplimiento de los derechos fundamentales de la persona plasmados en la constitución política, cumplimiento de la normativa medioambiental, así como la ética y práctica de valores dentro de la organización, con el objetivo de afianzar el bienestar de los trabajadores, de la localidad donde desarrolla su actividad económica y de la población en general. (Antelo y Robaina, 2015).

Tiene un alcance completo dentro de la organización, al tomar parte integral en las partes que la conforman, así como toma

parte en el medio donde la organización realiza sus actividades, abarcando totalmente a la entidad.

A su vez la responsabilidad social tiene en cuenta una dimensión ética dentro de las organizaciones, inculcando en las entidades un profundo sentido ético en la realización de sus actividades económicas y con sus colaboradores.

La implementación de la responsabilidad social dentro de las organizaciones en el ámbito social, ambiental y económico, mejora la reputación de la entidad y da un mejor ambiente laboral para sus colaboradores, la organización otorga mayores beneficios para su entorno. (Vargas, 2011).

### **2.2.1.3 Componentes de la responsabilidad social empresarial**

Ferrell y Fraedrich (2000) distinguen cuatro componentes de la responsabilidad social:

### **a) Responsabilidad social en la dimensión ética**

Actualmente la ética ha tomado mucha importancia en el campo empresarial, esto con el fin de fortalecer su reputación y su marca hacia los consumidores, buscando la diferenciación frente a la competencia, por lo que se muestran éticamente responsables en el desarrollo de sus actividades económicas, esto implica la práctica de valores, como la empatía, responsabilidad y respeto.

Es por ello que en las organizaciones existen instrumentos, como reglamentos y códigos de conducta, que son utilizados en todos los estratos de la entidad para afianzar la práctica de valores dentro de la empresa.

#### **- Compromisos éticos**

Se expresan mediante la existencia del código de ética dentro de la entidad, este código debe ser de aplicación a todos los estratos corporativos, desde los directivos hasta los trabajadores.

El código de ética de la entidad debe influir en la relación con los colaboradores y partes interesadas de la organización, ya sea los mismos trabajadores, directivos, clientes, estado y sociedad en general. Una parte importante que debe plasmarse en el código de ética es la prohibición de acciones ilícitas como son el soborno, falseo de los estados financieros, y la corrupción, todo ello para conseguir una ventaja injusta frente a otras organizaciones.

- Relaciones transparentes con las partes interesadas

Este ámbito implica si es que la entidad cuenta con órganos internos encargados de tratar aspectos éticos, que tengan relación con los colaboradores y partes interesadas, esto para crear una relación transparente de empresa hacia partes interesadas, para generar confianza y mejorar la estrategia de la organización a largo plazo. Con ello la entidad podrá posicionarse en un nivel mas alto respecto a otras entidades que no han implementado relaciones transparentes y éticas con sus partes interesadas, aumentando sus ventas y valor de la organización en el mercado. (Ferrell y Fraedrich, 2000).

- Divulgación de valores

La divulgación de valores abarca diversos aspectos entre los cuales están la frecuencia con la cual los valores son practicados, si es constante o se da ocasionalmente, así como si es que en la entidad existe algún programa que fomente la práctica de valores, cosa que es fundamental dentro de una entidad socialmente responsable, adicionalmente verificar si es que existen mecanismos de evaluación y medición de la práctica de valores dentro de la organización (Ferrell y Fraedrich, 2000).

#### **b) Responsabilidad social en la dimensión colaboradores**

- Salud y seguridad en el trabajo

La seguridad y salud en el trabajo se ve reflejada en la implementación del comité de seguridad y salud en el trabajo, y saber cuantos son los trabajadores que componen el comité, esto para velar por la salud y seguridad laboral. Asi como para medir aspectos como cantidad de trabajadores afectados por enfermedades ocupacionales, descansos médicos, y cantidad de trabajadores accidentados. Este

aspecto también mide en la entidad la puesta en práctica de programas de capacitación y orientación sobre riesgos laborales, uso adecuado de implementos de seguridad, enfermedades ocupacionales y prevención de accidentes en el centro de trabajo. (Vargas, 2011).

- Formación y educación

Este aspecto denota si es que en la organización existen programas de entrenamiento y formación de trabajadores de acuerdo al trabajo que realizan, buscando aumentar la eficiencia, eficacia y efectividad de los procesos; así como si es que estos programas ayudan a aumentar las capacidades técnicas y profesionales en diversos ámbitos, y finalmente estas personas puedan mejorar sus posibilidades laborales. (Antelo y Robaina, 2015).

### **c) Responsabilidad social en la dimensión ambiental**

- Compromiso con la mejora de la calidad ambiental

La dimensión ambiental se centra en la difusión de las políticas ambientales dentro de la organización, tanto trabajadores, directivos, gerentes y accionistas deben conocer

sobre la política ambiental y el código de ética y valores adoptados por la entidad. La participación de la organización frente a la comunidad debe ser dinámica, periódicamente debe tomar parte en reuniones con representantes de gobiernos locales para tratar de temas ambientales, buscando reducir al máximo el impacto ambiental que puedan ocasionar sus actividades económicas, así como prevenir el deterioro de la salud de los trabajadores y de la población donde opera. (Vargas, 2011).

- Mejora de procesos de gestión ambiental

Este aspecto toma en cuenta la importancia de que la entidad cuente con programas de riesgos ambientales, para poder prevenir y mitigar los posibles efectos negativos en el ambiente que produzcan la realización de sus actividades económicas. Otro aspecto a tomar en cuenta es la capacidad que tiene la entidad de poder hacer uso eficiente de sus recursos, como es el agua, la energía y el manejo responsable de desechos para reducir el impacto ambiental hacia la comunidad, así como la correcta aplicación de la normativa ambiental vigente en el país, para evitar sanciones

de los órganos fiscalizadores ambientales del estado. (Accinelli y De La Fuente, 2013).

- Contribución a la conservación del medio ambiente

Implica el nivel de comunicación y cooperación entre la entidad y la comunidad, se ve reflejado en la realización de reuniones y coordinaciones para tratar el tema ambiental, con el objetivo de plantear alternativas de solución y llegar a un equilibrio económico y tranquilidad en la comunidad. (Antelo y Robaina, 2015).

- Educación ambiental

La empresa al adoptar políticas de responsabilidad social empresarial, implementa planes de educación ambiental dirigidos a la comunidad, difundiendo los efectos ecológicos adversos que el ser humano ocasiona al desarrollar sus actividades productivas; además se busca promover las buenas prácticas ambientales, proyectándose tanto a la población como a los trabajadores de la organización. (Vargas, 2011).

#### **d) Responsabilidad social dimensión social**

De acuerdo a Vargas (2011), la responsabilidad social dimensión social, considera lo siguiente:

- Organización acción social de la empresa

Está relacionado a conocer el tipo de acción social en la entidad, que puede suceder cuando un gerente toma decisiones por su cuenta sin consultar a los demás como consecuencia de factores exógenos. En la implementación del planteamiento estratégico debe ser incluida la acción social.

- Materialización de la acción social

La materialización de la acción social se da de diferentes maneras, un claro ejemplo son las donaciones, apoyos sociales, y/o financiamiento de planes y programas sociales emprendidos por la entidad. La entidad también puede prestar su infraestructura en favor de la sociedad, o puede hacer uso de sus conocimientos, materiales y capacidad para dar soporte y apoyar programas sociales propios o de otras personas.

- Participación en las actividades sociales

En este aspecto vemos la responsabilidad de la entidad en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y fiscales, si la entidad toma parte en los programas y eventos sociales impulsados por el Estado. Así como si la entidad por propia iniciativa organiza labor social a través de programas, o apoya con dinero, con personal, o con la contratación de terceros la realización de eventos sociales dados por el Estado.

- Informe de acciones sociales

Este punto se mide en relación de la realización por parte de la entidad de un informe anual sobre sus actividades de proyección social y ecológica, donde explique sus fortalezas, debilidades, efectividad, logro de objetivos e impacto en la sociedad.

- Balance social

Los resultados de la adopción de una política de responsabilidad social empresarial dentro de la entidad deben ser de fácil acceso para las personas, ahí deben reflejarse los objetivos sociales y ambientales logrados por la organización,

dado al avance tecnológico de los últimos tiempos lo ideal es que estos datos sean de fácil acceso a través de la web.

## **2.2.2 Toma de decisiones**

### **2.2.2.1 Modelos de toma de decisiones en las organizaciones**

De acuerdo a Cabeza de Vergara, Muñoz, & Vivero (2004), a continuación, se presentan los modelos de toma de decisiones en los entes:

#### **• Modelo racional**

El modelo plantea mejorar la calidad de la toma de decisiones por parte de los directivos de la entidad, en base a parámetros que ayudan a que estas decisiones sean tomadas de manera racional y con miras al progreso de la entidad, enmarcadas en un proceso que consta en una serie de etapas por las cuales deber ser evaluada la decisión a tomar. (Cabeza de Vergara, Muñoz, & Vivero, 2004).

### • **Modelo de racionalidad económica**

El modelo da por hecho la capacidad racional del ser humano, al tener discernimiento y poder elegir, va a optar por lo mejor para sí mismo, seleccionando la mejor elección al haber estudiado previamente las demás opciones antes de decidir. En este modelo existen una serie de pasos a seguir para que los directivos de la entidad puedan lograr tomar la mejor decisión posible en beneficio de la organización. (Cabeza de Vergara, Muñoz, & Vivero, 2004).

### • **Modelo de racionalidad limitada**

El modelo explica que el ser humano está imposibilitado de conocer en su totalidad las alternativas de las cuales tiene que elegir, por lo que optará por aquella alternativa que cumpla sus necesidades presentes. Por lo que en este modelo la racionalidad del ser humano sería limitada, donde los directivos toman decisiones considerando como punto de partida aquella que cumpla sus expectativas, eligiendo opciones que colmen las necesidades presentes de la entidad. (Simon, 1992).

**• Modelo de comportamiento organizacional**

El modelo explica que muchas veces dentro de las organizaciones existen insatisfacciones por parte de algunos miembros, esto motivado por intereses personales y ello debe ser afrontado por la organización de la mejor manera posible, ya sea otorgando mayor beneficio económico, ascendiéndolos a un mejor cargo o dándole facilidades dentro de la entidad, para que con ello puedan estar de acuerdo con las decisiones y la orientación que toma la organización.

**• Modelo de Mintzberg, Raisinghani y Theoret:**

En este modelo se detallan una serie de características esenciales (Blank, 1990: 85).

El modelo se desglosa en la puesta en práctica de tres etapas, en la primera etapa se realiza el reconocimiento de la toma de decisiones en la entidad, y para ello se llevan a cabo dos actividades, que es en un primer momento precisar la decisión a tomar, y en un segundo momento es establecer un diagnóstico de esta decisión.

En la segunda etapa se realiza el desarrollo, es donde la entidad se enfoca en la localización de soluciones a problemas que pudieran presentarse, el afrontamiento exitoso ante el decrecimiento económico en la organización, o el aprovechamiento de las oportunidades que existan en el tiempo.

En la tercera etapa es cuando la organización puede escoger la opción más factible, con ello la entidad podrá tomar decisiones empresariales para el crecimiento económico y corporativo de la misma.

Estas etapas pueden abarcar una serie de acciones adicionales, que se desprenden en una variedad de disposiciones para una buena toma de decisiones.

• **Modelo de Vroom - Yetton para la toma de decisiones individuales o en grupo:**

Blank expone que Vroom y Yertom definen ocho preguntas que los administradores deben contestar para poder diagnosticar la situación (citado por Navia, 1999): Si fuera

aceptada la decisión, ¿Habría alguna diferencia por el curso de acción adoptado?, ¿Habría algún requisito de calidad, de tal forma que una decisión pueda ser mejor que otras? ¿Se posee suficiente información para que se tome una excelente decisión? ¿El problema está estructurado?, ¿Se comparte con mis empleados los objetivos organizacionales que se van a obtener en la solución de este problema? ¿Hay probabilidades de que surjan conflictos entre los empleados por las soluciones preferidas?

A base de este cuestionario la organización revisa y evalúa las respuestas para así realizar una eficiente toma de decisiones, adecuándose a los diferentes escenarios que pudieran presentarse, de tal manera que las decisiones tomadas sean propicias para la organización y eviten afectar de manera negativa a socios, accionistas, proveedores y trabajadores. (Cabeza de Vergara, Muñoz, & Vivero, 2004).

#### **2.2.2.2 Definición de toma de decisiones**

De acuerdo a Herberr Simon, para una adecuada toma de decisiones dentro de la organización, se debe realizar

buscando lograr objetivos colectivos, que beneficien en su conjunto a todos los miembros, cada uno de los integrantes de la entidad deben unir esfuerzos en una sola dirección, para que finalmente se pueda alcanzar la meta de la organización. Ornar Aktouf (s/f) citado por Navia, (1999), toma a la decisión desde un punto de vista procedimental, donde la decisión es elegida después de una exhaustiva evaluación, viendo los pro y contras de ella. Se vislumbra una variedad de opciones que puede tomar la organización, con el fin claro de cumplir un objetivo, para ello se hará una serie de evaluaciones, consultas externas, estudios, que deben tener presente no solo aspectos internos de la entidad, sino el entorno en el que se desenvuelve, así como proyecciones a futuro, como posibles cambios en el mercado, considerando la oferta y la demanda, todo ello asegurará a la organización tomar la decisión corporativa idónea.

Al momento en que la organización realiza sus actividades económicas aparece la necesidad de tomar decisiones, esto implica una serie de pasos que se deben seguir para tomar una decisión satisfactoria, se toma en cuenta las aspiraciones

de la entidad, así como la voluntad que se tenga para realizarlo, esto tomando en consideración los recursos económicos, y la situación en que se encuentra la organización.

La toma de decisiones depende del contexto donde se desarrolle la organización, esto implica, por ejemplo, lo que pase en el mercado, la oferta, la demanda, la confianza de los inversionistas, el riesgo país, subida de precios internacionales o crisis económica, estas son situaciones que la entidad no puede controlar, porque son netamente aspectos regulados por el mercado, sin embargo, la entidad puede realizar proyecciones teniendo en cuenta estos factores para una buena toma de decisiones. (Cabeza de Vergara, Muñoz, & Vivero, 2004).

La magnitud y complejidad de la toma de decisiones van en función al tamaño de la empresa, ya que implican riesgo y desembolsos económicos más grandes. El acopiamiento de datos económicos, situacionales y corporativos se torna dificultoso, por el tamaño de la entidad, a su vez que se debe

tener sumo cuidado en la elección a tomar, puesto que puede tener implicaciones y consecuencias con socios, accionistas y trabajadores. Es por cuanto que, si bien es cierto que la finalidad de toda empresa es maximizar sus ganancias minimizando al máximo sus costos, tomar decisiones bajo esta premisa puede traer consigo serios problemas, ya que podrían provocar descontento de algún grupo de interés dentro de la empresa, es por ello que se debe realizar una evaluación exhaustiva que beneficie económicamente a la empresa sin afectar negativamente a los demás grupos de interés de esta.

Para Gómez (2001) el manejo económico en una empresa esta directamente enlazada con la toma de decisiones, ello implica tomar en cuenta sus estados financieros para ver el valor de los activos y pasivos, a su vez el patrimonio con que cuenta la empresa, el capital, repartición de utilidades y reserva legal. Esto resulta necesario para tomar decisiones eficaces, así se logra tener mas en claro la meta que la empresa quiere conseguir, para ello el autor se basa desde dos puntos de vista importantes.

Las utilidades al finalizar el ejercicio dentro de la empresa determinan la eficiencia económica de la misma, con ello se ve la capacidad y éxito de la empresa. A partir de la autoevaluación se pueden tomar decisiones que motiven un mejor manejo de los recursos, teniendo como base fundamental la eficiencia y la eficacia, con el objetivo de mejorar los beneficios económicos para posteriores años.

El manejo eficiente del capital de la empresa significa utilizar inteligentemente los recursos de la empresa para alcanzar los objetivos de esta, evitando la pérdida innecesaria de recursos, esta es la finalidad de la gestión financiera. La maximización de ganancias es utilizada como punto de partida para la toma de decisiones dentro de las empresas, esta es una de las posturas más aceptadas.

Un punto importante dentro de la maximización de los beneficios económicos dentro de una empresa se da en la revisión del estado de flujo de efectos, es en este estado financiero que se podrá ver los activos y principalmente la liquidez de la empresa, con esta información se puede

proyectar los costos y tomar mejores decisiones provechosas para la empresa.

El estado financiero de cambios en el flujo de efectivo es preciso para que la entidad pueda saber la cantidad de dinero en efectivo con lo que cuenta la empresa, determinando la liquidez y real situación económica de esta, la revisión de este estado financiero es importante puesto que se pueden conocer los flujos de efectivo con los que cuenta la entidad.

En una empresa la maximización de la utilidad va en primer lugar antes que el beneficio como finalidad operativa, por tanto, la toma de decisiones dentro de la entidad irá orientada a la maximización de la utilidad, los directivos guiarán sus esfuerzos en obtener la mayor utilidad posible, el objetivo financiero de una empresa no va en función del beneficio global de la entidad, sino en tomar las decisiones financieras más acertadas en el momento preciso.

### **2.2.3.3 Caracterización de la toma de decisiones**

#### **a) Decisión de inversión**

Realizar una inversión es una acción que traerá beneficios futuros, esto se traduce en los recursos económicos que una entidad asignará a sus planes, de los cuales obtendrá rendimientos financieros a futuro, pero previamente se debe realizar un exhaustivo estudio y evaluación de la inversión a realizar, porque dependiendo del tipo y rubro, puede acarrear cierto nivel de riesgo. La entidad debe evaluar cada uno de sus planes y metas futuras y determinar el riesgo y beneficios económicos que conseguirá de estas. Asimismo, las decisiones de inversión deben ser monitoreadas constantemente, para que, al detectar pérdidas o rendimientos negativos, la entidad pueda tomar decisiones para corregir la situación. Esto es de gran importancia porque de ello dependerá el aumento de los activos de la entidad, el aumento de la utilidad, su reputación en el mercado, y la medición de los riesgos, así como su posición frente a socios y accionistas. (Pesce, Esandi, Briozzo, y Vigier, 2015).

## **B) Decisión de financiamiento**

Durante la existencia de una empresa, esta se agencia de fuentes económicas captadas por la misma organización, por socios o accionistas, pero este dinero se hace insuficiente para emprender grandes proyectos, por lo cual, la empresa busca prestarse dinero proveniente de diversas fuentes, para realizar inversiones y conseguir que la empresa crezca, la decisión de financiamiento debe tomarse teniendo en cuenta la situación financiera de la empresa, esto se realiza revisando los estados financieros, y luego de ello comprobar si es factible la financiación, considerando también el riesgo, el pago de intereses y las proyecciones a futuro de los objetivos institucionales.

Para el financiamiento de las pequeñas, medianas y grandes empresas, por parte de la doctrina clásica se da de acuerdo a el principio de la jerarquía financiera, donde las empresas realizan el financiamiento de las mismas partiendo de un orden de prelación, de esta manera las empresas al momento de requerir financiamiento, en primer lugar se financian con recursos propios, estos expresados en la utilidad del ejercicio,

en segundo lugar las empresas solicitan préstamos a entidades financieras, pagando un interés de por medio, y en tercer lugar la empresa realiza una emisión de bonos y acciones de inversión, de esta manera es como las pequeñas, medianas y grandes empresas se agencian de financiamiento para realizar sus proyectos.

De acuerdo a Pesce, Esandi, Briozzo, y Vigier (2015), estos doctrinarios explican que las empresas al momento de tomar decisiones de financiamiento, tienen preferencia por realizar un financiamiento interno proveniente de las utilidades del ejercicio, de no lograrse de ello, la empresa realizaría el financiamiento mediante préstamos en entidades financieras como bancos, pagando un determinado interés, y finalmente como última alternativa la entidad realizaría la emisión de acciones y bonos, pero ello implicaría que la empresa cotice en la bolsa de valores y emita información financiera periódica, por lo que resulta poco atractiva para la empresa.

La toma de decisiones de financiamiento es un tema complicado en la empresa, dado que en nuestro país mayoritariamente las empresas son familiares, por lo que para

conseguir el financiamiento prefieren tomar las utilidades de la empresa y realizar una reinversión o aumento de capital, otra opción es realizar una emisión de deuda mediante préstamo en institución bancaria, y la última opción es la emisión de acciones, pero esto solo se da en grandes empresas en nuestro país, porque emitir acciones implica costos, tasas, y la realización de estados financieros periódicos, aunado a que se incorporarían nuevos socios a la empresa, y dado que en el Perú la mayoría de empresas son familiares, no resulta atractivo para los dueños; debería incentivarse la emisión de acciones mediante simplificación de procedimientos, ya que traería grandes beneficios, por un lado, las empresas podrían agenciarse fácilmente de recursos económicos mediante la emisión de acciones, y por otro lado, existiría mayor transparencia y control sobre las empresas en nuestro país, al conocerse su información financiera.

El modo más habitual de financiamiento es el préstamo bancario, pero deben evaluarse los posibles riesgos ya que las instituciones financieras se avalan de los activos fijos de la empresa para realizar los préstamos, se pueden presentar

diversos casos de problemas en el financiamiento, en primer lugar, se puede dar una dilución de derechos provocado por el aumento desmedido del endeudamiento por no comprar activos adicionales, en segundo lugar, se puede dar una reducción en el ahorro, donde la empresa deudora reduce su tasa de ahorro, reduciendo sus flujos de fondo, y en gran medida el valor de los activos, y en tercer lugar, puede ocurrir una sustitución en los activos, en este caso la empresa deudora adquiere activos de alto riesgo, disminuyendo así el valor del préstamo. Aquí entran a tallar las condiciones del contrato de préstamo, ya que según el tipo de entidad financiera mayormente son estrictas, y su no cumplimiento finalmente puede traer consigo la extinción de la empresa.

El financiamiento en una organización debe ser conseguido tras una exhaustiva evaluación, evaluando los riesgos operativos, el cambio de los mercados, y la capacidad de endeudamiento que tenga la organización.

Una decisión de financiamiento mal tomada puede llevar a la desaparición de la empresa, puesto que, de no poder pagarse

el crédito dado por las entidades bancarias, los bienes de la empresa serían embargados. Es responsabilidad de los directivos de la empresa el poder tomar decisiones coherentes, acordes a la realidad y al contexto donde realice actividades comerciales la empresa.

Un error que cometen muchas empresas es de repartir todas las utilidades sin tener en cuenta el aumento del capital, lo que provoca que, al entrar en una crisis financiera, la empresa entre en quiebra, esto debido a un deficiente o nulo asesoramiento financiero y contable, ya que la empresa debe prever crisis futuras y realizar aumentos de capital periódicos para fortalecer la organización.

## **2.3 DEFINICIONES DE TÉRMINOS**

### **Comportamiento ético**

Se refleja en el comportamiento que adopta la organización siguiendo los valores, las buenas costumbres, y las buenas prácticas corporativas, de acuerdo al medio en que realice sus actividades económicas, y respetando el marco normativo vigente en el país.

Las organizaciones deben tener como instrumentos de gestión reglamentos, lineamientos y preceptos éticos aplicables a la realización de sus actividades económicas, para mejorar su reputación, y darle mayor valor a su marca comercial, causando satisfacción en la población. (Saavedra, 2011).

### **Decisiones de financiamiento**

El financiamiento es fundamental, por lo que las decisiones que debe tomar la organización en este aspecto deben ser evaluadas con cuidado, pudiendo elegir entre diversas funciones, la entidad puede conseguir financiamiento con recursos propios, producto de las utilidades, así mismo, la entidad puede realizar emisión de deuda al adquirir un préstamo bancario, o emitir acciones de inversión. (Briozzo, Vigier, Castillo, Pesce, y Speronie, 2016).

### **Decisiones de inversión**

Las decisiones de inversión son un punto importante en las organizaciones, porque de esta depende el crecimiento o estancamiento de la misma, para tomar buenas decisiones deben tomarse en cuenta aspectos como, la oferta y la demanda, el tipo de cambio, los mercados internacionales, los riesgos de inversión, así

como la evaluación de los estados financieros, con estos datos se puede realizar inversiones a corto, mediano, o largo plazo teniendo en cuenta proyecciones a futuro. (Calle, 2009).

### **Desarrollo sostenible**

Se refiere al uso responsable de los recursos que se dispone en la actualidad, que cubren las necesidades de la entidad, pero sin poner en riesgo la existencia de estos recursos para el uso y disfrute de las generaciones venideras. Implica el uso eficiente y eficaz de las materias primas, la conservación de la biodiversidad, la reducción de los impactos ambientales en la extracción de recursos minerales y la protección del medio ambiente. (Lapa, 2014).

### **Dimensión social**

En ella las entidades se preocupan por el impacto que ocasionan las actividades económicas en el ámbito en que se desarrollan, es por ello que contactan con la población y realizan programas sociales, capacitaciones y ayudas económicas, con el fin de ayudar a las personas aledañas al lugar donde opera la organización, para mejorar la relación de la entidad con la sociedad. (Cueva, 2011).

### **Dimensión ambiental**

Esta dimensión contempla los posibles impactos a los ecosistemas que podrían provocar el desarrollo de las operaciones de la organización, por lo que esta debe contar con planes de impacto ambiental, planes de cierre de minas, planes de recuperación de ecosistemas, entre otros. Para así disminuir en la medida de lo posible el impacto ambiental, con el objetivo organizacional de preservar el medio ambiente. (Cueva, 2011).

### **Responsabilidad social**

Se refiere a la responsabilidad que tienen las empresas al realizar sus actividades económicas, en relación a la sociedad en general, esto para promover programas sociales, de capacitación, de orientación y apoyo hacia las personas con el fin de generar *confort* entre empresa y población. (local o global) (Gómez 2010).

### **Responsabilidad corporativa**

Esto es entendido como la relación entre empresa y sociedad, en cuanto la entidad satisface las necesidades de la población, haciendo uso de instrumentos y métodos que logren poder

responder ante las exigencias que la sociedad, procurando que exista un ambiente equilibrado. (Araque y Montero, 2006).

### **Toma de decisiones**

Este es un aspecto fundamental en las organizaciones, muchas veces de esta depende la supervivencia de la entidad, por lo que para realizarse se deben tener en cuenta estudios de mercado, análisis y evaluación de la situación, así como proyecciones a futuro, la toma de decisiones busca poder cumplir las metas de la entidad.

### **Voluntariado corporativo**

Esto se da por intermedio de los trabajadores, pero para cumplir con los objetivos de la entidad, orientado a actividades con proyección social, se da en entidades de todo nivel organizacional, y esta actividad esta caracterizada por una profunda identificación con la empresa. (Izquieta y Prieto, 2014).

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

La investigación fue tipo básica, teórica, fundamental, dogmática o pura, se caracteriza, porque está basado en un marco, cuya finalidad es aumentar los conocimientos.

##### **3.1.2 Diseño de investigación**

El presente estudio es de investigación descriptiva y no experimental, de corte transeccional. Acerca del diseño descriptivo. La investigación descriptiva busca especificar atributos primordiales de cualquier fenómeno que se analiza. Describe tendencias de un grupo o población. El procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos en una variable o concepto y proporcionar su descripción. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1 Población

La población objetivo en estudio estuvo constituida por 12 gerentes de las empresas agroindustriales que a continuación se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Determinación de la población*

N°	Nombre y Razón Social	Numero de gerentes
1	Agroindustrias y Comercializadora Guive E.I.R.L	1
2	Agroindustrias Carrasco Empresa Individual de Responsabilidad Limitada- Agroindustrias Carrasco EIRL	1
3	Agroindustrias D'kasa S.A.C.	1
4	Agroindustrias Inca Perú Empresa Individual de Responsabilidad Limitada - A.I.P. E.I.R.L.	1
5	Agroindustrias Olivos de la Yarada - Oliyay E.I.R.L.	1
6	Agroindustrias Oro Verde Sur Peruano E.I.R.L.	1
7	Agroindustrias Santa Cecilia Perú S.A.C.	1
8	Agroindustrias Sur Oliva Sociedad Anónima Cerrada - sur Oliva S.A.C.	1
9	Agroindustrias Valle Vida Sociedad Anónima Cerrada	1
10	Alimentos del Pacifico S.R.L.	1
11	Alimentos Procesados del olivo E.I.R.L.	1

12	Armano Olives Sociedad Anónima Cerrada	1
13	Bascont Agroexport Sociedad Anónima Cerrada	1
14	Baumann Crosby Sociedad Anónima	1
15	Biondi y Cia de Tacna S.A.C.	1
16	Bonas Olivas S.A.C.	1
17	Descals Industrias Alimentarias S.A.C.	1
18	Empresa Agroindustrial los Andes S.A.C.	1
19	Empresa Agroindustrias Santa Maria. E.I.R.L.	1
20	Export Import la luz E.I.R.L. - eill E.I.R.L.	1
21	Fundo la Noria Sociedad Anónima Cerrada	1
22	Importaciones y Exportaciones Prodalim E.I.R.L.	1
23	Industrias Agrícolas Tacna S.A.C.	1
24	Lajhar Importadora Exportadora E.I.R.L. - Lajhar Import. Export. E.I.R.L.	1
25	Los Patricios Sociedad Anónima cerrada	1
26	Nueva Cosecha Perú E.I.R.L.	1
27	Oliamerica Sociedad Anónima Cerrada -Oli.S.A.C.	1
28	Oliva Perú Sociedad Anónima Cerrada	1
29	Portal del Olivo S.A.C.	1
30	Proatacna S.A.C.	1
31	Tierra y Mar del Norte Sociedad Anónima Cerrada	1
32	Trus Empresa Individual de Responsabilidad Limitada - Trus E.I.R.L.	1
33	Zeolival Sur Perú - E.I.R.L. - Zeolival E.I.R.L.	1

*Nota. Cámara de Comercio Industria y Producción de Tacna*

### 3.2.2 Muestra

La muestra estuvo constituida por 12 gerentes de las empresas Agroindustriales de Tacna, debido a que el suscrito solo tuvo acceso a los gerentes de dichas empresas, por lo tanto, se considera un muestreo no probabilístico, que a continuación se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 2**

*Determinación de la muestra*

N°	Nombre y Razón Social	Numero de gerentes
1	Agroindustrias y Comercializadora Guive E.I.R. L	1
2	Agroindustrias Olivos de la Yarada - Oliyay E.I.R.L.	1
3	Alimentos Procesados del olivo E.I.R.L.	1
4	Baumann Crosby Sociedad Anónima	1
5	Empresa Agroindustrias Santa Maria. E.I.R.L.	1
6	Industrias Agrícolas Tacna S.A.C.	1
7	Oliamerica Sociedad Anónima Cerrada -Oli.S.A.C.	1
8	Oliva Perú Sociedad Anónima Cerrada	1
9	Agroindustrias Oro Verde Sur Peruano E.I.R.L.	1
10	Bascont Agroexport Sociedad Anónima Cerrada	1
11	Zeolival Sur Perú - E.I.R.L. - Zeolival E.I.R.L.	1
12	Industrias Agrícolas Tacna S.A.C.	1

*Nota. Cámara de Comercio Industria y Producción de Tacna*

### 3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### Identificación de variables

**Variable independiente:** Responsabilidad social.

**Variable dependiente:** Toma de decisiones.

**Tabla 3**

*Definición operacional de las variables*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Responsabilidad social	La responsabilidad social abarca la adopción de políticas socialmente responsables por parte de las organizaciones, las labores en beneficio de la comunidad, y a su vez enfocándose en sectores críticos donde se necesita más presencia de la organización para poder paliar las necesidades de la población.	La responsabilidad social constituye las prácticas de responsabilidad social en las dimensiones: ética, colaboradores, ambiental, y social.	Responsabilidad social en la dimensión ética	Compromisos éticos	Ordinal
				Relaciones transparentes con las partes interesadas	
				Divulgación de valores	
			Responsabilidad social en la dimensión colaboradores	Salud y seguridad en el trabajo	
				Formación y educación	
			Responsabilidad social en la dimensión ambiental	Compromiso con la mejora de la calidad ambiental	
				Mejora de procesos de gestión ambiental	
				Contribución a la conservación del medio ambiente	
				Educación ambiental	

			Responsabilidad social en la dimensión social	Organización social de la empresa Materialización de la acción social Participación en las actividades sociales Informe de acciones sociales Balance de acciones sociales	
Toma de decisiones	La toma de decisiones dentro de la organización, se debe realizar buscando lograr objetivos colectivos, que beneficien en su conjunto a todos los miembros, cada uno de los integrantes de la entidad deben unir esfuerzos en una sola dirección, para que finalmente se pueda alcanzar la meta de la organización.	La toma de decisiones es el proceso de elección de varias alternativas en lo referente a financiamiento e inversión	Toma de decisiones de financiamiento  Toma de decisiones de inversión	Objetivo de Inversión Necesidades de inversión Inversión en inmueble, maquinaria y equipo Inversión en tecnología de información Inversión en intangibles Objetivos de financiamiento Necesidades de financiamiento Financiamiento interno Financiamiento externo	Ordinal

### **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.4.1 Técnicas de recolección de datos**

##### **a) Encuesta**

Se aplicaron a los gerentes de las empresas agroindustriales de la ciudad de Tacna, para evaluar la responsabilidad social y la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna.

#### **3.4.2 Instrumento de recolección de datos**

##### **a) Cuestionario**

Los cuestionarios se aplicaron a los gerentes de las empresas agroindustriales de la ciudad de Tacna, para evaluar la responsabilidad social y la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna.

## **3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

### **3.5.1 Procesamiento de datos**

Los datos recogidos han sido procesados mediante Microsoft Excel y el programa estadístico SPSS, los que fueron tabulados y consolidados en tablas de información estadística con sus correspondientes gráficos.

### **3.5.2 Análisis de datos**

El análisis de datos se hizo de acuerdo a los resultados provenientes de la aplicación de las técnicas, métodos estadísticos, y tablas de frecuencia.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

**En este capítulo, se responde la pregunta principal del estudio:**

¿De qué manera la responsabilidad social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?

Asimismo, también contribuye a responder las siguientes preguntas específicas:

Así como también, se considera las preguntas específicas:

- a) ¿Cómo la responsabilidad social en la dimensión ética influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?
- b) ¿De qué manera la responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?
- c) ¿De qué forma la responsabilidad social en la dimensión ambiental influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?
- d) ¿Cómo la responsabilidad social en la dimensión social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?

## 4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

### 4.1.1 Análisis descriptivo de la variable independiente: Responsabilidad social

#### 4.1.1.1 Responsabilidad social en la dimensión ética

Item 1: En su empresa, los valores están documentados y divulgados y forman parte de código de ética conocido en todos los niveles de la organización.

**Tabla 4**

*En su empresa, los valores están documentados y divulgados y forman parte de código de ética conocido en todos los niveles de la organización*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	5	41,7	66,7
Casi siempre	3	25,0	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa, los valores están documentados y divulgados y forman parte del código de ética conocido en todos los niveles de la organización en un 25 %, el 41,7 % indicaron que a veces, el 25 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 2: En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, éste aborda a tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno.

**Tabla 5**

*En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, éste aborda a tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	3	25,0	33,3
A veces	7	58,3	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que nunca en el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, éste aborda a tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno en un 8,3 %, el 25 %, manifestaron que casi nunca, el 58,3 % indicaron que a veces y el 8,3 % que casi siempre.

Item 3: En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas.

**Tabla 6**

*En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	0	0,0	0,0
A veces	8	66,7	66,7
Casi siempre	4	33,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que a veces en el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas en un 66,7 % y el 33,3 % indicaron que casi siempre.

Item 4: Su empresa cuenta con instancias (comités y/o consejos) responsables de las materias éticas.

**Tabla 7**

*Su empresa cuenta con instancias (comités y/o consejos) responsables de las materias éticas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	4	33,3	50,0
Casi siempre	3	25,0	75,0
Siempre	3	25,0	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa cuenta con instancias (comités y/o consejos) responsables de las materias éticas en un 16,7 %, el 33,3 % indicaron que a veces, el 25 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 5: Con relación a su relación con las partes interesadas (empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno, comunidad), su empresa discute estrategias y problemas sólo a nivel de los líderes de la organización.

**Tabla 8**

*Con relación a su relación con las partes interesadas (empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno, comunidad), su empresa discute estrategias y problemas sólo a nivel de los líderes de la organización*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	8	66,7	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca con relación a las partes interesadas (empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno, comunidad), su empresa discute estrategias y problemas sólo a nivel de los líderes de la organización en un 25 %, el 66,7 % indicaron que a veces y el 8,3 % que casi siempre.

Item 6: En su empresa, los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos.

**Tabla 9**

*En su empresa, los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	8	66,7	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa, los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos en un 25 %, el 66,7 % indicaron que a veces y el 8,3% que casi siempre.

Item 7: En su empresa, existen procesos sistemáticos de difusión de los valores, tanto para los empleados como para asociados externos.

**Tabla 10**

*En su empresa, existen procesos sistemáticos de difusión de los valores, tanto para los empleados como para asociados externos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	5	41,7	66,7
Casi siempre	2	16,7	83,3
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa, existen procesos sistemáticos de difusión de los valores, tanto para los empleados como para asociados externos en un 25 %, el 41,7 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 16,7 % que siempre.

Item 8: En su empresa, además de ser sistemáticamente difundidos los valores y principios, su adopción es evaluada y verificada periódicamente.

**Tabla 11**

*En su empresa, además de ser sistemáticamente difundidos los valores y principios, su adopción es evaluada y verificada periódicamente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa, además de ser sistemáticamente difundidos los valores y principios, su adopción es evaluada y verificada periódicamente en un 25 %, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

#### 4.1.1.2 Responsabilidad social en la dimensión colaboradores

Item 9: En su empresa existe un buen porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.

**Tabla 12**

*En su empresa existe un buen porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	1	8,3	16,7
A veces	6	50,0	66,7
Casi siempre	2	16,7	83,3
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca en su empresa existe un buen porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo en un 8,3 %, el 8,3 % manifestaron que casi nunca, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 16,7 % que siempre.

Item 10: En su empresa, existen tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.

**Tabla 13**

*En su empresa, existen tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	0	0,0	0,0
A veces	10	83,3	83,3
Casi siempre	2	16,7	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que a veces en su empresa, existen tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región en un 83,3 % y el 16,7 % indicaron que casi siempre.

Item 11: En su empresa se desarrolla programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.

**Tabla 14**

*En su empresa se desarrolla programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa se desarrolla programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves en un 25 %, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 12: En su empresa existe un tiempo suficiente para la formación de los trabajadores, por categoría.

**Tabla 15**

*En su empresa existe un tiempo suficiente para la formación de los trabajadores, por categoría*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	7	58,3	91,7
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa existe un tiempo suficiente para la formación de los trabajadores, por categoría en un 33,3 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 8,3 % que siempre.

Item 13: En su empresa se promueve programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.

**Tabla 16**

*En su empresa se promueve programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	25,0	25,0
Casi nunca	0	0,0	0,0
A veces	7	58,3	83,3
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca en su empresa se promueve programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales en un 25 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 16,7 % que siempre.

#### 4.1.1.3 Responsabilidad social en la dimensión ambiental

Item 14: En su empresa la política ambiental es conocida por todos los trabajadores y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la organización.

**Tabla 17**

*En su empresa la política ambiental es conocida por todos los trabajadores y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la organización*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	6	50,0	83,3
Casi siempre	2	16,7	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa la política ambiental es conocida por todos los trabajadores y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la organización en un 33,3 %, el 50 % indicaron que a veces y el 16,7 % que casi siempre.

Item 15: Su empresa participan en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.

**Tabla 18**

*Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	7	58,3	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad en un 33,3 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 8,3 % que siempre.

Item 16: En su empresa se conoce los principales impactos ambientales causados por sus procesos productivos y enfoca su acción preventiva sólo en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de sus trabajadores.

**Tabla 19**

*En su empresa se conoce los principales impactos ambientales causados por sus procesos productivos y enfoca su acción preventiva sólo en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de sus trabajadores*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	16,7	16,7
Casi nunca	3	25,0	41,7
A veces	4	33,3	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca en su empresa se conoce los principales impactos ambientales causados por sus procesos productivos y enfoca su acción preventiva sólo en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de sus trabajadores en un 16,7 %, el 25 % manifestaron que casi nunca, el 33,3 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 17: Su empresa posee un plan de emergencia ambiental que relacione todos sus procesos/productos/servicios que involucran situaciones de riesgo, y entrena a su personal periódicamente para enfrentar tales situaciones.

**Tabla 20**

*Su empresa posee un plan de emergencia ambiental que relacione todos sus procesos/productos/servicios que involucran situaciones de riesgo, y entrena a su personal periódicamente para enfrentar tales situaciones*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	6	50,0	66,7
Casi siempre	1	8,3	75,0
Siempre	3	25,0	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa posee un plan de emergencia ambiental que relacione todos sus procesos/productos/servicios que involucran situaciones de riesgo, y entrena a su personal periódicamente para enfrentar tales situaciones en un 16,7 %, el 50 % indicaron que a veces, el 8,3 % manifestaron que casi siempre y el 25 % que siempre.

Item 18: Su empresa, dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implementar procesos de disposición adecuada de residuos.

**Tabla 21**

*Su empresa, dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implementar procesos de disposición adecuada de residuos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	8	66,7	83,3
Casi siempre	2	16,7	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa, dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implementar procesos de disposición adecuada de residuos en un 16,7 %, el 66,7 % indicaron que a veces y el 16,7 % que casi siempre.

Item 19: Su empresa posee procesos de reducción y reutilización de recursos, mide, monitorea y audita periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados con el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos, para prevenir daños ambientales.

**Tabla 22**

*Su empresa posee procesos de reducción y reutilización de recursos, mide, monitorea y audita periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados con el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos, para prevenir daños ambientales*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	0	0,0	0,0
A veces	11	91,7	91,7
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que a veces su empresa posee procesos de reducción y reutilización de recursos, mide, monitorea y audita periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados con el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos, para prevenir daños ambientales en un 91,7 % y el 8,3 % que siempre.

Item 20: Su empresa cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional.

**Tabla 23**

*Su empresa cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	8	66,7	100,0
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional en un 33,3 % y el 66,7 % indicaron que a veces.

Item 21: Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la problemática ambiental junto al gobierno y la comunidad permanentemente.

**Tabla 24**

*Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la problemática ambiental junto al gobierno y la comunidad permanentemente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	7	58,3	83,3
Casi siempre	1	8,3	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la problemática ambiental junto al gobierno y la comunidad permanentemente en un 25 %, el 58,3 % indicaron que a veces, el 8,3 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 22: Su empresa trata de coadyuvar a informar a la población sobre los efectos ambientales originados por la actividad humana y a promover valores de responsabilidad ambiental, mediante el desarrollo de acciones de educación ambiental.

**Tabla 25**

*Su empresa trata de coadyuvar a informar a la población sobre los efectos ambientales originados por la actividad humana y a promover valores de responsabilidad ambiental, mediante el desarrollo de acciones de educación ambiental*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	6	50,0	83,3
Casi siempre	2	16,7	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa trata de coadyuvar a informar a la población sobre los efectos ambientales originados por la actividad humana y a promover valores de responsabilidad ambiental, mediante el desarrollo de acciones de educación ambiental en un 33,3 %, el 50 % indicaron que a veces y el 16,7 % que casi siempre.

Item 23: En su empresa se desarrolla actividades de educación ambiental enfocadas a los trabajadores y comunidad.

**Tabla 26**

*En su empresa se desarrolla actividades de educación ambiental enfocadas a los trabajadores y comunidad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	3	25,0	33,3
A veces	5	41,7	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que nunca en su empresa se desarrolla actividades de educación ambiental enfocadas a los trabajadores y comunidad en un 8,3 %, el 25 % manifestaron que casi nunca, el 41,7 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

#### 4.1.1.4 Responsabilidad social dimensión social

Item 24: La acción social de su empresa está organizada sobre la base de: Administración arbitraria por parte de un director o gerente a partir de solicitudes externas.

**Tabla 27**

*La acción social de su empresa está organizada sobre la base de: Administración arbitraria por parte de un director o gerente a partir de solicitudes externas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	5	41,7	66,7
Casi siempre	3	25,0	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca la acción social de su empresa está organizada sobre la base de: Administración arbitraria por parte de un director o gerente a partir de solicitudes externas en un 25 %, el 41,7 % indicaron que a veces, el 25 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 25: Su empresa incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa.

**Tabla 28**

*Su empresa incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	4	33,3	41,7
A veces	6	50,0	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca su empresa incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa en un 8,3 %, el 33,3 % manifestaron que casi nunca, el 50 % indicaron que a veces y el 8,3 % que casi siempre.

Item 26: Su empresa realiza donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrolla proyectos sociales propios.

**Tabla 29**

*Su empresa realiza donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrolla proyectos sociales propios*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	1	8,3	8,3
A veces	7	58,3	66,7
Casi siempre	4	33,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa realiza donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrolla proyectos sociales propios en un 8,3 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 33,3 % que siempre.

Item 27: Su empresa cede el uso de sus instalaciones o equipos para actividades de interés a público, aportando sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales corporativos o realizados por terceros.

**Tabla 30**

*Su empresa cede el uso de sus instalaciones o equipos para actividades de interés a público, aportando sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales corporativos o realizados por terceros*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	4	33,3	50,0
Casi siempre	3	25,0	75,0
Siempre	3	25,0	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa cede el uso de sus instalaciones o equipos para actividades de interés a público, aportando sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales corporativos o realizados por terceros en un 16,7 %, el 33,3 % indicaron que a veces, el 25 % manifestaron que casi siempre y el 25 % que siempre.

Item 28: Su empresa cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales.

**Tabla 31**

*Su empresa cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	8	66,7	100,0
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales en un 33,3 % y el 66,7 % indicaron que a veces.

Item 29: Su empresa participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos.

**Tabla 32**

*Su empresa participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	5	41,7	41,7
A veces	6	50,0	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos en un 41,7 %, el 50 % indicaron que a veces y el 8,3 % que casi siempre.

Item 30: Su empresa elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos.

**Tabla 33**

*Su empresa elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	5	41,7	66,7
Casi siempre	2	16,7	83,3
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos en un 25 %, el 41,7 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 16,7 % que siempre.

Item 31: Su empresa produce un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables.

**Tabla 34**

*Su empresa produce un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa produce un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables en un 25 %, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 32: La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet.

**Tabla 35**

*La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	16,7	16,7
Casi nunca	1	8,3	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	1	8,3	83,3
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca la empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet en un 16,7 %, el 8,3 % manifestaron que casi nunca, el 50 % indicaron que a veces, el 8,3 % manifestaron que casi siempre y el 16,7 % que siempre.

#### 4.1.2 Variable dependiente: Toma de decisiones

##### 4.4.2.1 Toma de decisiones de inversión

Item 1: Su empresa determina los objetivos de la inversión que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 36**

*Su empresa determina los objetivos de la inversión que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	0	0,0	0,0
A veces	9	75,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que a veces su empresa determina los objetivos de la inversión que son coherentes a la misión de la misma en un 75 %, el 16,7 % indicaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 2: Su empresa logra los objetivos de la inversión oportunamente.

**Tabla 37**

*Su empresa logra los objetivos de la inversión oportunamente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa logra los objetivos de la inversión oportunamente en un 25 %, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 3: Su empresa planifica las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 38**

*Su empresa planifica las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	6	50,0	83,3
Casi siempre	1	8,3	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa planifica las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma en un 33,3 %, el 50 % indicaron que a veces, el 8,3 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 4: Su empresa determina las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 39**

*Su empresa determina las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	25,0	25,0
Casi nunca	0	0,0	0,0
A veces	7	58,3	83,3
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa determina las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma en un 25 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 16,7 % que siempre.

Item 5: Su empresa planifica la inversión en inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a los objetivos de la misma.

**Tabla 40**

*Su empresa planifica la inversión en inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a los objetivos de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	6	50,0	83,3
Casi siempre	2	16,7	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa planifican la inversión en inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a los objetivos de la misma en un 33,3 %, el 50 % indicaron que a veces y el 16,7 % manifestaron que casi siempre.

Item 6: Su empresa ejecuta la inversión de inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 41**

*Su empresa ejecuta la inversión de inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	7	58,3	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa ejecuta la inversión de inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a la misión de la misma en un 33,3 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 8,3 % que casi siempre.

Item 7: Su empresa planifica la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 42**

*Su empresa planifica la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	16,7	16,7
Casi nunca	3	25,0	41,7
A veces	4	33,3	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca su empresa planifica la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma en un 25 %, el 25 % manifestaron que casi nunca, el 33,3 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 8: Su empresa ejecuta la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 43**

*Su empresa ejecuta la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	6	50,0	66,7
Casi siempre	1	8,3	75,0
Siempre	3	25,0	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa ejecuta la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma en un 16,7 %, el 50 % indicaron que a veces, el 8,3 % manifestaron que casi siempre y el 25 % que siempre.

Item 9: Su empresa planifica la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 44**

*Su empresa planifica la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	9	75,0	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa planifica la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma en un 16,7 %, el 75 % indicaron que a veces y el 8,3 % manifestaron que casi siempre.

Item, 10: Su empresa ejecuta la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma.

**Tabla 45**

*Su empresa ejecuta la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	1	8,3	8,3
A veces	9	75,0	83,3
Casi siempre	1	8,3	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa ejecuta la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma en un 8,3 %, el 75 % indicaron que a veces, el 8,3 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

#### 4.1.2.2 Toma de decisiones de financiamiento

Item 11: Su empresa determina los objetivos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 46**

*Su empresa determina los objetivos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	8	66,7	100,0
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa determina los objetivos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma en un 33,3 % y el 66,7 % indicaron que a veces.

Item 12: Su empresa logra los objetivos de financiamiento oportunamente.

**Tabla 47**

*Su empresa logra los objetivos de financiamiento oportunamente.*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	6	50,0	83,3
Casi siempre	2	16,7	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa logra los objetivos de financiamiento oportunamente en un 33,3 %, el 50 % indicaron que a veces y el 16,7 % manifestaron que casi siempre.

Item 13: Su empresa planifica las necesidades de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 48**

*Su empresa planifica las necesidades de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa planifica las necesidades de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma en un 25 %, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 14: Su empresa determina las necesidades de financiamiento oportunamente.

**Tabla 49**

*Su empresa determina las necesidades de financiamiento oportunamente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	3	25,0	33,3
A veces	5	41,7	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca en su empresa determinan las necesidades de financiamiento oportunamente en un 8,3 %, el 25 % manifestaron que casi nunca, el 41,7 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 15: Su empresa planifica el financiamiento interno que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 50**

*Su empresa planifica el financiamiento interno que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	5	41,7	66,7
Casi siempre	3	25,0	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa planifica el financiamiento interno que son coherentes a la misión de la misma en un 25 %, el 41,7 % indicaron que a veces, el 25 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

Item 16: Su empresa logra el financiamiento interno oportunamente.

**Tabla 51**

*Su empresa logra el financiamiento interno oportunamente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	4	33,3	41,7
A veces	6	50,0	91,7
Casi siempre	1	8,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca en su empresa logran el financiamiento interno oportunamente en un 8,3 %, el 33,3 % manifestaron que casi nunca, el 50 % indicaron que a veces y el 8,3 % manifestaron que casi siempre.

Item 17: Su empresa planifica el financiamiento externo que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 52**

*Su empresa planifica el financiamiento externo que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	1	8,3	8,3
A veces	7	58,3	66,7
Casi siempre	4	33,3	100,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa planifican el financiamiento externo que son coherentes a la misión de la misma en un 8,3 %, el 58,3 % indicaron que a veces y el 33,3 % manifestaron que casi siempre.

Item 18: Su empresa logra el financiamiento externo oportunamente.

**Tabla 53**

*Su empresa logra el financiamiento externo oportunamente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	2	16,7	16,7
A veces	4	33,3	50,0
Casi siempre	3	25,0	75,0
Siempre	3	25,0	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa logra el financiamiento externo oportunamente en un 16,7 %, el 33,3 % indicaron que a veces, el 25 % manifestaron que casi siempre y el 25 % que siempre.

Item 19: Su empresa determina los costos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 54**

*Su empresa determina los costos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	4	33,3	33,3
A veces	8	66,7	100,0
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa determinan los costos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma en un 33,3 % y el 66,7 % indicaron que a veces.

Item 20: Su empresa logra reducir los costos de financiamiento oportunamente.

**Tabla 55**

*Su empresa logra reducir los costos de financiamiento oportunamente*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	8,3	8,3
Casi nunca	5	41,7	50,0
A veces	6	50,0	100,0
Casi siempre	0	0,0	0,0
Siempre	0	0,0	0,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que nunca en su empresa logran reducir los costos de financiamiento oportunamente en un 8,3 %, el 41,7 % indicaron que casi nunca y el 50 % que a veces.

Item 21: Su empresa planifica el presupuesto efectivo que son coherentes a la misión de la misma.

**Tabla 56**

*Su empresa planifica el presupuesto efectivo que son coherentes a la misión de la misma*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	5	41,7	66,7
Casi siempre	2	16,7	83,3
Siempre	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca en su empresa planifican el presupuesto efectivo que son coherentes a la misión de la misma en un 25 %, el 41,7 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 16,7 % que siempre.

Item 22: Su empresa logra los objetivos del presupuesto efectivo oportunamente.

**Tabla 57**

*Su empresa logra los objetivos del presupuesto efectivo oportunamente.*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0
Casi nunca	3	25,0	25,0
A veces	6	50,0	75,0
Casi siempre	2	16,7	91,7
Siempre	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Según la tabla, los gerentes manifestaron que casi nunca su empresa logra los objetivos del presupuesto efectivo oportunamente en un 25 %, el 50 % indicaron que a veces, el 16,7 % manifestaron que casi siempre y el 8,3 % que siempre.

## **Proceso de la prueba de hipótesis**

### **VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL**

### **VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL**

La responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

#### **a) Planteamiento de la hipótesis estadística**

##### **Hipótesis nula**

Ho: La responsabilidad social no influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

##### **Hipótesis alterna**

H1: La responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

#### **b) Nivel de significancia: 0,05**

#### **c) Elección de la prueba estadística: Rho de Spearman**

Correlaciones				
			Responsabilidad social	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coeficiente de correlación	1.000	0,998**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	12	12
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	0,998**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	12	12

Sin correlación	0,0
Correlación mínima	0,0 – 0,2
Correlación baja	0,2 – 0,4
Correlación moderada	0,4 – 0,6
Correlación buena	0,6 – 0,8
Correlación muy buena	0,8 – 1,0
Correlación perfecta	1,0

**d) Regla de decisión:**

Rechazar  $H_0$  si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar  $H_0$  si el valor-p es mayor a 0,05

**Conclusión:**

Al aplicar la fórmula de Rho de Spearman, margen de error al 5 % el coeficiente de correlación resultó de  $Rho = 0,998$ ; por lo tanto, se establece un nivel de correlación significativa MUY BUENA.

Dado que el p valor es menor a 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **VERIFICACIÓN DE LA PRIMERA HIPÓTESIS SECUNDARIA**

La responsabilidad social en la dimensión ética influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **a) Planteamiento de la hipótesis estadística**

#### **Hipótesis nula**

Ho: La responsabilidad social en la dimensión ética no influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

#### **Hipótesis alterna**

H1: La responsabilidad social en la dimensión ética influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **b) Nivel de significancia: 0,05**

### **c) Elección de la prueba estadística: Rho de Spearman**

Correlaciones				
			Responsabilidad social en la dimensión ética	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Responsabilidad social en la dimensión ética.	Coeficiente de correlación	1,000	0,919**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	12	12
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	0,919**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	12	12

Sin correlación	0,0
Correlación mínima	0,0 – 0,2
Correlación baja	0,2 – 0,4
Correlación moderada	0,4 – 0,6
Correlación buena	0,6 – 0,8
Correlación muy buena	0,8 – 1,0
Correlación perfecta	1,0

**d) Regla de decisión:**

Rechazar  $H_0$  si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar  $H_0$  si el valor-p es mayor a 0,05

**Conclusión:**

Al aplicar la fórmula de Rho de Spearman, margen de error al 5 % el coeficiente de correlación resultó de  $Rho = 0,919$ ; por lo tanto, se establece un nivel de correlación significativa MUY BUENA.

Dado que el p valor es menor a 0,05; entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la responsabilidad social en la dimensión ética influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **VERIFICACIÓN DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS SECUNDARIA**

La responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **a) Planteamiento de la hipótesis estadística**

#### **Hipótesis nula**

Ho: La responsabilidad social en la dimensión colaboradores no influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

#### **Hipótesis alterna**

H1: La responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **b) Nivel de significancia: 0,05**

### **c) Elección de la prueba estadística: Rho de Spearman**

Correlaciones				
			Responsabilidad social en la dimensión colaboradores	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Responsabilidad social en la dimensión colaboradores	Coeficiente de correlación	1,000	0,864**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	12	12
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	0,864**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	12	12

Sin correlación	0,0
Correlación mínima	0,0 – 0,2
Correlación baja	0,2 – 0,4
Correlación moderada	0,4 – 0,6
Correlación buena	0,6 – 0,8
Correlación muy buena	0,8 – 1,0
Correlación perfecta	1,0

**d) Regla de decisión:**

Rechazar  $H_0$  si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar  $H_0$  si el valor-p es mayor a 0,05

**Conclusión:**

Al aplicar la fórmula de Rho de Spearman, margen de error al 5 % el coeficiente de correlación resultó de  $Rho = 0,864$ ; por lo tanto, se establece un nivel de correlación significativa MUY BUENA.

Dado que el p valor es menor a 0,05; entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **VERIFICACIÓN DE LA TERCERA HIPÓTESIS SECUNDARIA**

La responsabilidad social en la dimensión ambiental influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **a) Planteamiento de la hipótesis estadística**

#### **Hipótesis nula**

Ho: La responsabilidad social en la dimensión ambiental no influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

#### **Hipótesis alterna**

H1: La responsabilidad social en la dimensión ambiental influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **b) Nivel de significancia: 0,05**

### **c) Elección de la prueba estadística: Rho de Spearman**

Correlaciones				
			Responsabilidad social en la dimensión ambiental	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Responsabilidad social en la dimensión ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	0,979**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	12	12
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	0,979**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	12	12

Sin correlación	0,0
Correlación mínima	0,0 – 0,2
Correlación baja	0,2 – 0,4
Correlación moderada	0,4 – 0,6
Correlación buena	0,6 – 0,8
Correlación muy buena	0,8 – 1,0
Correlación perfecta	1,0

**d) Regla de decisión:**

Rechazar  $H_0$  si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar  $H_0$  si el valor-p es mayor a 0,05

**Conclusión:**

Al aplicar la fórmula de Rho de Spearman, margen de error al 5 % el coeficiente de correlación resultó de  $Rho = 0,979$ ; por lo tanto, se establece un nivel de correlación significativa MUY BUENA.

Dado que el p valor es menor a 0,05; entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la responsabilidad social en la dimensión ambiental influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **VERIFICACIÓN DE LA CUARTA HIPÓTESIS SECUNDARIA**

La responsabilidad social en la dimensión social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **a) Planteamiento de la hipótesis estadística**

#### **Hipótesis nula**

Ho: La responsabilidad social en la dimensión social no influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

#### **Hipótesis alterna**

H1: La responsabilidad social en la dimensión social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

### **b) Nivel de significancia: 0,05**

### **c) Elección de la prueba estadística: Rho de Spearman**

Correlaciones				
			Responsabilidad social en la dimensión social	Toma de decisiones
Rho de Spearman	Responsabilidad social en la dimensión social	Coeficiente de correlación	1,000	0,812**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	12	12
	Toma de decisiones	Coeficiente de correlación	0,812**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	12	12

Sin correlación	0,0
Correlación mínima	0,0 – 0,2
Correlación baja	0,2 – 0,4
Correlación moderada	0,4 – 0,6
Correlación buena	0,6 – 0,8
Correlación muy buena	0,8 – 1,0
Correlación perfecta	1,0

**d) Regla de decisión:**

Rechazar  $H_0$  si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar  $H_0$  si el valor-p es mayor a 0,05

**Conclusión:**

Al aplicar la fórmula de Rho de Spearman, margen de error al 5 % el coeficiente de correlación resultó de  $Rho = 0,979$ ; por lo tanto, se establece un nivel de correlación significativa MUY BUENA.

Dado que el p valor es menor a 0,05; entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la responsabilidad social en la dimensión social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### **5.1 DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

De acuerdo a los resultados se demostró la hipótesis con la estadística inferencial: con aplicación de la prueba Rho de Spearman, margen de error al 5 %, el coeficiente de correlación resultó de  $Rho = 0,998$ ; por consiguiente, se establece un nivel de correlación significativa MUY BUENA. Entonces, se concluye que la responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.

Con la estadística descriptiva, tablas de frecuencias se demostró que la responsabilidad social se encuentra en un nivel medio en un 75 %, lo que influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016, que se encuentra en un nivel medio en un 75,0 %.

Los resultados encontrados son equivalentes en parte con lo informado con Saavedra (2011), quien concluyó que los grupos de interés interno como son el personal que labora en el ente

económico, así como los grupos de interés externo, en cuanto a los consumidores y clientes, permitirá que la responsabilidad se note y haga que se distinga de las demás empresas.

Los hallazgos encontrados se relacionan en parte con Lopez & Moneva (2011), quien concluyó que los entes económicos no demuestran responsabilidad social, debido a que priorizan sus propios beneficios económicos, sin tener en cuenta que las organizaciones se encuentran en un contexto social, por lo que es importante que desarrollen acciones que garantice el bienestar de la sociedad.

Las empresas deben desarrollar un buen desempeño financiero que asegure el aumento de sus ratios financieros, como de liquidez y rentabilidad, todo ello se relaciona con la responsabilidad social, debido a que tal desempeño se tiene que desarrollar cumpliendo las normas y directivas internas de la gestión financiera.

Para la aplicación de una adecuada responsabilidad social ambiental, las empresas deben tener diversos instrumentos de

gestión ambiental, como programas de monitoreo ambiental, y análisis de riesgos ambientales.

Asimismo, tiene relación con lo abordado por Henao (2013), quien concluyó que la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de Gestión en la organización Pranha le ayudó a acercarse progresivamente más a la sociedad y al mercado. Esto se convierte en un dispositivo para crear diferenciación y valor en la organización, volviendo más competente a Pranha.

La responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión, le permite a la organización, acercarse más a los colaboradores, haciendo que estos se sientan identificados con Pranha, creando valores como mayor compromiso y lealtad, lo que mejora la imagen de la empresa a corto y largo plazo. Esto crea un ambiente de camaradería propicio para mejorar la productividad y el cumplimiento de los objetivos organizacionales de la empresa, y a su vez, mejorando la relación de la empresa con los clientes, proveedores y la comunidad, demostrando que la responsabilidad social empresarial es fundamental para mejorar la productividad de la empresa.

Las operaciones de las empresas se desarrollan siguiendo un procedimiento predeterminado, que está regido por instrumentos, como el manual de funciones, pero estas operaciones se pueden dar esporádicamente o a través de la fundación guiada por la presidencia de la empresa. Las fundaciones manejadas por la presidencia de las empresas constituyen vías ideales para poner en práctica programas de responsabilidad social empresarial. Las fundaciones permiten a las organizaciones realizar la aplicación de estrategias a mediano y largo plazo, el buen manejo de las organizaciones es beneficioso para la organización, porque hace posible que los colaboradores puedan acercarse a la empresa con la sociedad. La fundación trabaja incansablemente en tratar de dar solución a una amplia gama de problemas sociales, esperando que la sociedad pueda darle importancia a la labor de la fundación que es guiada por la responsabilidad social empresarial.

La implementación de la responsabilidad social empresarial trae muchos beneficios para las corporaciones. Muchas entidades del sector público y privado brindan apoyo económico y logístico a las organizaciones que implementan la responsabilidad social

empresarial, con ello estas logran obtener reconocimientos y premios que mejoran su reputación y estabilidad corporativa.

Con todo ello Pranha sirve de modelo y ejemplo a seguir frente a otras corporaciones de su sector económico. En la actualidad empresas constructoras siguen el modelo de responsabilidad social empresarial adoptado por Pranha, estas políticas van dirigidas al beneficio de la sociedad.

Los grupos de interés son favorecidos directamente con la implementación de la responsabilidad social empresarial, para ello es necesario que se cuente con sincronización constante entre los grupos de interés y la entidad. Uno de los grupos mas beneficiados con la responsabilidad social empresarial en la entidad, es la sociedad. Ya que la entidad con la implementación de esta política ayudará e impulsará proyectos en favor de la comunidad.

Los resultados encontrados tiene parcial coincidencia con lo abordado por Quiroa (2014), quien concluyó que la toma de decisiones constituye un pilar fundamental dentro de la entidad, esto para que exista una óptima productividad laboral. Para la solución de

conflictos dentro de la organización es necesario la existencia de un buen canal de comunicación entre directivos y colaboradores. Tiene que existir un clima laboral óptimo dentro de la entidad, donde todos los trabajadores se sientan a gusto de desempeñar sus funciones dentro de su centro de trabajo.

Los resultados encontrados por Izquieta & Prieto (2014), quienes concluyeron que la responsabilidad social empresarial en las entidades no debe convertirse solamente en políticas y técnicas de dirección y gestión. En la actualidad las organizaciones están en constante evolución, donde para sobresalir y diferenciarse de los competidores la implementación adecuada de la responsabilidad social empresarial es decisiva para la empresa.

- La responsabilidad social empresarial está aun en proceso de crecimiento, y dependiendo del sector de la entidad, puede orientarse a la satisfacción de necesidades específicas: como obras sociales, educación, entre otros. La responsabilidad social empresarial es entendida actualmente como la orientación que tenga la entidad a tomar en cuenta el factor medioambiental, social y económico en la toma de decisiones para evitar impactos negativos

en la sociedad, y traer múltiples beneficios a la comunidad. La perspectiva de la responsabilidad social empresarial en Europa se basa en la participación de los colaboradores y partes interesadas para la construcción del modelo a seguir y políticas a aplicar dentro de la entidad.

También tiene relación en parte con lo tratado por Lapa (2014), quien concluyó que, en el tiempo actual, la responsabilidad social ambiental a cobrado fuerza en el ámbito empresarial, convirtiéndose en motivo de diferenciación, aumentando la competitividad. Esto constituye un foco de atracción para las partes interesadas, así como para nuevos inversionistas y clientes. La implementación de la responsabilidad social empresarial dentro de las empresas otorga beneficios económicos, y a la vez beneficia a la comunidad. Para la correcta aplicación de la responsabilidad social empresarial dentro de la organización, se debe tener constante comunicación con las partes interesadas, como trabajadores, clientes, proveedores, etc. De esta manera se fortalece la unidad corporativa. Asimismo, esta política puede beneficiar económicamente a la empresa, con la reducción periódica de costos, y la obtención de premios que lo harán mas atrayente para con los clientes. A partir del siglo XX se a

visto un cambio en las empresas a nivel mundial, los recursos escasean y los gobiernos implementan políticas ambientales, exigiendo que la empresa trabaje sin causar un fuerte impacto ambiental, la responsabilidad social empresarial promueve la protección del medio ambiente, y el uso adecuado de los recursos naturales. Una de las características que sobresale en la responsabilidad social empresarial es la ética y valores que difunden entre los trabajadores para con la comunidad. La responsabilidad social empresarial orienta y forma empresarios con valores, conscientes de la actividad que realiza su empresa, contribuyendo al crecimiento ético de sus trabajadores y mejorando la calidad de vida de la población.

De igual manera, los resultados hallados guardan relación en parte con lo abordado por Trigos (2017), quien concluyó que la toma de decisiones es un aspecto preponderante para el éxito empresarial, de ello dependerá tal vez, que se eleven sus ingresos. Pero para ello, la plana directiva debe poseer un buen liderazgo y debe promover y hacer sus prácticas empresariales con responsabilidad social tanto hacia los grupos de interés interno y externo, solo así hará que sea más competitiva y tendrá más reputación empresarial.

## **CONCLUSIONES**

### **PRIMERA**

Se observa que la responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones de las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016, pero aun existen empresas agroindustriales en Tacna que no adoptan la responsabilidad social dentro de sus organizaciones, por lo que falta difusión de los beneficios que trae la responsabilidad social, como la mejora de la reputación, aumento del valor de la marca, y mejores relaciones con las partes interesadas.

### **SEGUNDA**

La responsabilidad social en la dimensión ética influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016; se consolidaron los compromisos éticos, implementación de comités responsables de las materias éticas, y divulgación de valores en las empresas Agroindustriales de Tacna, característica que las hace socialmente responsables. (Según Tablas N° 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10).

### **TERCERA**

La responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016, fueron implementados comités de seguridad y salud en el trabajo, los programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, los programas de gestión de habilidades y de formación continua en las empresas Agroindustriales de Tacna, característica que las hace socialmente responsables. (Según Tablas N° 11, 12, 13, 14, 15).

### **CUARTA**

La responsabilidad social en la dimensión ambiental influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016, que implementan políticas ambientales y las difunden entre los trabajadores, participan en comités locales para discutir cuestiones ambientales, conocen los impactos ambientales que causan sus procesos productivos, y existe una mejora continua en los procesos de gestión ambiental. (Según Tablas N° 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25).

## **QUINTA**

La responsabilidad social en la dimensión social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016, se incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa, se realiza donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrolla proyectos sociales propios, cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, y elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos. (Según Tablas N° 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34).

## **RECOMENDACIONES**

### **PRIMERA**

La Dirección Regional de la Producción Tacna debe desarrollar un programa de capacitación sobre la importancia de la responsabilidad social, dirigida a todos los empresarios agroindustriales, difundir los beneficios económicos que trae la implementación de la responsabilidad social que benefician tanto a la empresa como a la sociedad.

### **SEGUNDA**

Se sugiere a los gerentes de las empresas agroindustriales de Tacna, perfeccionar los planes de mejora para la responsabilidad social en la dimensión ética, que implica a la divulgación de los compromisos éticos, implementación de código de ética, conformación de comités responsables de las materias éticas, y divulgación de valores y principios .

### **TERCERA**

Los gerentes de las empresas agroindustriales deben mantener buenas relaciones con los colaboradores, que se expresa en la existencia de un buen porcentaje de trabajadores representados por comités de seguridad y salud, la existencia de una baja tasa de enfermedades ocupacionales, el

desarrollo de programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores.

#### **CUARTA**

Las empresas agroindustriales de Tacna en cuanto a la dimensión ambiental deben fortalecer la implementación de políticas ambientales, aumentar su participación en comités locales para discutir cuestiones ambientales, conocer los impactos ambientales que causan sus procesos productivos, y realizar acciones para mitigar el impacto ambiental.

#### **QUINTA**

Los gerentes de las empresas agroindustriales deben priorizar su entrenamiento continuo sobre la responsabilidad social en la dimensión social, para que las organizaciones agroindustriales sean más competitivas y tengan notoriedad en la comunidad local, realizando mayores esfuerzos en cuanto a acciones sociales, mejorar el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa, incrementar las donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrollar proyectos sociales propios, y participar en más actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales.

## REFERENCIAS

- Accinelli, E., & De la Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable. *Contaduría y Administración*, 58(3), pp. 117-148.
- Aktouf, O. (1998): *La administración entre tradición y renovación*, Cali, Univalle Gaetan Morin.
- ANG, J. S. (1991). Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management. *Journal of Small Business Finance*, v. 1, n. 1, p. 1-13, 1991.
- Antelo, Y., y Robaina, D. (2015). Análisis de la responsabilidad social empresarial basado en un modelo de lógica difusa compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-69.
- Araque, R. A., & Montero, M. J. (2006). *La RS de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria.
- Barton, S. L.; Gordon, P. J. Corporate Strategy: Useful Perspective for the Study of Capital Structure? *Academy of Management Review*, v. 12, n. 1, p. 67-75, 1987
- Berger, A. N.; Udell, G. F. The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle. *Journal of Banking and Finance*, v. 22, n. 6-8, p. 613-673, 1998.

- Blank, L. (1990): Administración de organizaciones, Cali, Centro editorial Universidad del Valle. CHURCHMAN, West (1968): The systems approach. Dell Publishing.
- Boatright, J.R. (1999): *Ethics and the conduct of business*. Prentice-Hall, Upper Saddle River. NJ.
- Bowie, N.E. (1998): «A Kantian theory of capitalism». *Ruffin Series in Business Ethics*, vol. 1, pp. 37-60.
- Briozzo, A.; Vigier, H.; Castillo, N.; Pesce, G. y Speronie, M. (2016). Decisiones de financiamiento en pymes: ¿Existen diferencias en función del tamaño y la forma legal? *Estudios Gerenciales*, vol. 32, núm. 138, enero-marzo, 2016, pp. 71-81 Universidad ICESI Cali, Colombia.
- Cabeza de Vergara, L.; Muñoz, A.; & Vivero, S., (2004). Aproximación al proceso de toma de decisiones en la empresa barranquillera *Pensamiento & Gestión*, núm. 17, diciembre, pp. 1-38 Universidad del Norte Barranquilla, Colombia
- Calle, A.; Fernández, A.; Tamayo, V. (2009). Decisiones de inversión a través de opciones reales *estudios gerenciales*, vol. 25, núm. 111, abril-junio, 2009, pp. 107-126 Universidad ICESI Cali, Colombia
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación*. Lima. Editorial San Marcos

- Carroll, A.B. (1979): "A three-dimensional conceptual model of corporate performance". *The Academy of Management Review*, 4, 4, 497-505.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. 7a ed. Edit. Mc Graw Hill. México.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México: Mc. Graw Hill
- Comisión Europea (2008): *Study on the incorporation of Social considerations in Public Procurement in the EU*. Comisión Europea. Bruselas
- Cuevas, R. (2011). *Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: Una guía de lectura para su estudio*. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XIX, núm. 1, junio, 2011, pp. 7-26. Universidad Militar Nueva Granada Bogotá, Colombia.
- Farfán, S. y Gonzales, R. (2012). *Decisiones de inversión, financiamiento y estructura de capitales*. Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre. Ciudad Guyana. República Bolivariana de Venezuela. p. 2
- Ferrell, O. y Fraedrich, J., Y Ferrell, (2000) *Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases*, Houghton Mifflin Co., Boston.

- Freeman, R.E. (1994): "The politics of stakeholder theory: Some future directions". *Business Ethics Quarterly*, 4, 4, 409-429.
- Gilli, J. (2006). *Responsabilidad social de la revista científica Visión de Futuro*. Universidad de Buenos Aires.
- Gómez, G. (2001). La gestión financiera frente a las nuevas formas de organización. En *Finanzas*. Universidad Nacional de Colombia. p. 3. Intermediación financiera. Recuperado de: [http://www.ecofinanzas.com/diccionario/I/INTERMEDIACION\\_FINANCIERA.htm](http://www.ecofinanzas.com/diccionario/I/INTERMEDIACION_FINANCIERA.htm) INVERSIONES Financieras. Recuperado de
- Gómez, S. (2010)- *Revista Vestigiun a Corporación Universitaria Unitec* ResearcherID: E-6621-2010 Responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible y competitividad.
- Henao, J. (2013). *La responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión en la organización Pranha S.A.* (Tesis de maestría) Universidad Nacional de Colombia.
- Izquieta, J. & Prieto, J. (2014). *Responsabilidad social empresarial, innovación y crisis económica.* (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid.
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). CSR: Theory and practice in a development country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262. doi:10.1007/s10551-006-9168-4

- Krajewsky y Ritzman (2000). Administración de operaciones. 5.a ed. Pearson-Prentice Hall. México.
- Lapa, L. (2014). La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú. (Tesis Doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima.
- Lapa, L. (2014). La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú. (Tesis Doctoral). Universidad San Martín de Porres. Lima.
- Lopez & Moneva (2011). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa. Revista Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México,
- Mochales, G. (2013). Modelo explicativo de la responsabilidad social corporativa estratégica. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Montuschi, L. (2009). Consideraciones respecto de la ética en los negocios, la responsabilidad social empresaria y la filantropía estratégica. Disponible en:  
[http://www.ucema.edu.ar/~lm/ETICA\\_Y\\_NEGOCIOS\\_-\\_ARTICULOS/Etica\\_en\\_los\\_negocios\\_RSE\\_y\\_filantropia\\_estrategica\\_DT\\_414.pdf](http://www.ucema.edu.ar/~lm/ETICA_Y_NEGOCIOS_-_ARTICULOS/Etica_en_los_negocios_RSE_y_filantropia_estrategica_DT_414.pdf).
- Navia, M. (1999): "Procesos de toma de decisiones estratégicas en empresas de Barranquilla". Tesis de grado especialización en mercadeo, Universidad del Noreste.

Pesce, G.; Esandi,J.; Briozzo; A. y Vigier, H. (2015). Decisiones de Financiamiento en PYMES: Particularidades Derivadas Del Entrelazamiento Empresa-Propietario, Pesca, G.; Esandi,J.; Briozzo; A. y Vigier, H. REGE, São Paulo – SP, Brasil, v. 22, n. 3, p. 357-380, jul./set. 2015 recuperado de [https://ac.els-cdn.com/S1809227616301254/1-s2.0-S1809227616301254-main.pdf?\\_tid=](https://ac.els-cdn.com/S1809227616301254/1-s2.0-S1809227616301254-main.pdf?_tid=)

Pesce, G.; Esandi,J.; Briozzo; A. y Vigier, H. REGE, São Paulo – SP, Brasil, v. 22, n. 3, p. 357-380, jul./set. 2015 recuperado de [https://ac.els-cdn.com/S1809227616301254/1-s2.0-S1809227616301254-main.pdf?\\_tid=](https://ac.els-cdn.com/S1809227616301254/1-s2.0-S1809227616301254-main.pdf?_tid=)

Quiroa (2014). Toma de decisiones y productividad laboral. (*estudio realizado con el área de salud de Quetzaltenango*)” de la Universidad Rafael Landívar

Quiroa, (2014). *Toma de decisiones y productividad laboral (Estudio realizado con el área de salud de Quetzaltenango)*. Universidad Rafael Landívar.

Romano, C.; Tanewski, G.; Smyrnios, K. Capital Structure Decision Making: A Model For Family Business. *Journal of Business Venturing*, v. 16, n. 3, p. 285–310, 2001.

Saavedra (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas. Universidad del Valle Cali, Colombia.

Saavedra, J. (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas, de la Universidad del Valle Cali, Colombia.

Simón, H. (1972): El comportamiento administrativo, estudio de los procesos decisorios en la organización administrativa (1947), Madrid, Aguijar. Naturaleza y límites de la razón humana. México, Fondo de Cultura Económica.

Smith, C. On the theory of financial contracting. The personal loan market. Journal of Monetary Economics, v. 6, n. 3, p. 333-357, 1980.

Vargas, G. (2011). Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo Cuadernos de Administración, vol. 24, núm. 43, julio-diciembre, 2011, pp. 177-191 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia

## **ANEXOS**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**  
**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE TACNA, AÑO 2016**

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
<p><b>Problema Principal</b>  ¿De qué manera la responsabilidad social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?</p>	<p><b>Objetivo general</b>  Determinar de qué manera la responsabilidad social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p>	<p><b>Hipótesis general</b>  La responsabilidad social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p>	<p><b>Variable Independiente:</b>  X: Responsabilidad social.</p> <p><b>Indicadores:</b>  X<sub>1</sub>: Responsabilidad social en la dimensión ética.  X<sub>2</sub>: Responsabilidad social en la dimensión colaboradores.  X<sub>3</sub>: Responsabilidad social en la dimensión ambiental.  X<sub>4</sub>: Responsabilidad social en la dimensión social.</p>	<p><b>Tipo de investigación</b>  Descriptivo y básica.</p> <p><b>Diseño de investigación</b>  Descriptivo y no experimental y de corte transeccional.</p> <p><b>Población</b>  Estuvo constituida por 33 gerentes de las empresas agroindustriales.</p> <p><b>Muestra</b>  Estuvo constituida por 12 gerentes de las</p>

				empresas agroindustriales.  <b>Técnicas de recolección de datos</b> Encuesta.  <b>Instrumentos de recolección de datos</b> Cuestionario.
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>a) ¿Cómo la responsabilidad social en la dimensión ética influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?</p> <p>b) ¿De qué forma manera la responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye en la toma de decisiones en las empresas</p>	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>a) Establecer cómo la responsabilidad social en la dimensión ética influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p> <p>b) Determinar de qué manera la responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye en la toma de decisiones en las</p>	<p><b>Hipótesis específicos</b></p> <p>a) La responsabilidad social en la dimensión ética influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p> <p>b) La responsabilidad social en la dimensión colaboradores influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de</p>	<p><b>Variable dependiente:</b> Y: Toma de decisiones.</p> <p><b>Indicadores:</b> Y<sub>1</sub>: Toma de decisiones de financiamiento. Y<sub>2</sub>: Toma de decisiones de inversión.</p>	

<p>agroindustriales de Tacna, año 2016?</p> <p>c) ¿De qué forma la responsabilidad social en la dimensión ambiental influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?</p> <p>d) ¿Cómo la responsabilidad social en la dimensión social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016?</p>	<p>empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p> <p>c) Determinar de qué forma la responsabilidad social en la dimensión ambiental influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p> <p>d) Determinar cómo la responsabilidad social en la dimensión social influye en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p>	<p>Tacna, año 2016.</p> <p>c) La responsabilidad social en la dimensión ambiental influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p> <p>d) La responsabilidad social en la dimensión social influye significativamente en la toma de decisiones en las empresas agroindustriales de Tacna, año 2016.</p>		
--	---	--	--	--

## ANEXOS

### INSTRUMENTO 1

#### RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE TACNA, AÑO 2016

ESTIMADO Sr. Gerente

El presente instrumento tiene por finalidad realizar un estudio, respecto a la responsabilidad social en las empresas Agroindustriales de Tacna, Año 2016, es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción.

Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa ( X ) el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

#### INSTRUCCIONES

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>Responsabilidad social en la DIMENSIÓN ÉTICA</b>					
	<b>Compromisos éticos</b>					
1	En su empresa, los valores están documentados y divulgados y forman parte					

	de código de ética conocido en todos los niveles de la organización.					
2	En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, éste aborda a tres o más de las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, consumidores/clientes, comunidad, gobierno.					
3	En el caso que en su organización exista un código de ética y/o declaración de valores, prohíbe expresamente la utilización de prácticas ilegales (corrupción, soborno, doble contabilidad) para obtener ventajas económicas.					
	<b>Relaciones transparentes con las partes interesadas</b>					
4	Su empresa cuenta con instancias (comités y/o consejos) responsables de las materias éticas.					
5	Con relación a su relación con las partes interesadas (empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno, comunidad), su empresa discute estrategias y problemas sólo a nivel de los líderes de la organización.					
	<b>Divulgación de valores</b>					
6	En su empresa, los valores son transmitidos esporádicamente o en momentos específicos.					
7	En su empresa, existen procesos sistemáticos de difusión de los valores,					

	tanto para los empleados como para asociados externos.					
8	En su empresa, además de ser sistemáticamente difundidos los valores y principios, su adopción es evaluada y verificada periódicamente.					
	<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA DIMENSIÓN (COLABORADORES)</b>					
	<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>					
9	En su empresa existe un buen porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.					
10	En su empresa, existen tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.					
11	En su empresa se desarrolla programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.					
	<b>Formación y educación</b>					
12	En su empresa existe un tiempo suficiente para la formación de los trabajadores, por					

	categoria.					
13	En su empresa se promueve programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.					
	<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>					
	<b>Compromiso con la mejora de la Calidad Ambiental</b>					
14	En su empresa la política ambiental es conocida por todos los trabajadores y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la organización.					
15	Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.					
16	En su empresa se conoce los principales impactos ambientales causados por sus procesos productivos y enfoca su acción preventiva sólo en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y seguridad de sus trabajadores.					
	<b>Mejora de procesos de gestión ambiental</b>					
17	Su empresa posee un plan de emergencia ambiental que relacione todos sus procesos/productos/servicios que involucran situaciones de riesgo, y entrena					

	a su personal periódicamente para enfrentar tales situaciones					
18	Su empresa, dentro de su patrón tecnológico actual, procura reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas, e implementar procesos de disposición adecuada de residuos.					
19	Su empresa posee procesos de reducción y reutilización de recursos, mide, monitorea y audita periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados con el consumo de recursos naturales y la producción de residuos y desechos, para prevenir daños ambientales.					
20	Su empresa cumple rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional.					
	<b>Contribución a la conservación del medio ambiente</b>					
21	Su empresa participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la problemática ambiental junto al gobierno y la comunidad permanentemente					
	<b>Educación ambiental</b>					
22	Su empresa trata de coadyuvar a informar a la población sobre los efectos ambientales originados por la actividad humana y a promover valores de responsabilidad ambiental, mediante el desarrollo de acciones de educación					

	ambiental.					
23	En su empresa se desarrolla actividades de educación ambiental enfocadas a los trabajadores y comunidad					
	<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL DIMENSIÓN SOCIAL</b>					
	<b>Organización Acción social de la empresa</b>					
24	La acción social de su empresa está organizada sobre la base de: Administración arbitraria por parte de un director o gerente a partir de solicitudes externas.					
25	Su empresa incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planeamiento estratégico de la empresa					
	<b>Materialización de la acción social</b>					
26	Su empresa realiza donaciones de productos y recursos financieros y/o desarrolla proyectos sociales propios.					
27	Su empresa cede el uso de sus instalaciones o equipos para actividades de interés a público, aportando sus capacidades técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales corporativos o realizados por terceros.					
	<b>Participación en las actividades Sociales</b>					

28	Su empresa cumple su obligación pagando los impuestos y participa de actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales					
29	Su empresa participa y contribuye ocasionalmente en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente programas y proyectos ejecutados por entidades gubernamentales, aportando recursos humanos, técnicos o financieros a proyectos específicos					
	<b>Informe de acciones sociales</b>					
30	Su empresa elabora un informe anual, describiendo sus acciones sociales y ambientales e incorporando aspectos cuantitativos.					
	<b>Balance social</b>					
31	Su empresa produce un balance social fácilmente accesible que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, conteniendo exclusivamente resultados favorables.					
32	La empresa expone datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en la Internet.					

**ANEXOS**  
**INSTRUMENTO 2**  
**TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE**  
**TACNA, AÑO 2016**

ESTIMADO Sr. Gerente

El presente instrumento tiene por finalidad realizar un estudio, respecto a la toma de decisiones en las empresas Agroindustriales de Tacna, año 2016, con la finalidad de conocer su percepción. Por lo tanto, agradeceré a usted, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa ( X ) el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

**INSTRUCCIONES**

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>DECISIONES DE INVERSIÓN</b>					
	<b>Indicador objetivo de la inversión</b>					
1	Su empresa determina los objetivos de la inversión que son coherentes a la misión de la misma.					

2	Su empresa logra los objetivos de la inversión oportunamente.					
	<b>Indicador: necesidades de inversión</b>					
3	Su empresa planifica las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma.					
4	Su empresa determina las necesidades de inversión de acuerdo a la misión de la misma					
	<b>Indicador: Inversión en INMUEBLE, MAQUINARIA Y EQUIPO</b>					
5	Su empresa planifica la inversión en inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a los objetivos de la misma.					
6	Su empresa ejecuta la inversión de inmueble, maquinaria y equipo de acuerdo a la misión de la misma					
	<b>Indicador: Inversión en tecnologías de información</b>					
7	Su empresa planifica la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma.					
8	Su empresa ejecuta la inversión en tecnología de información de acuerdo a la misión de la misma.					
	<b>Indicador: Inversión en intangibles</b>					
9	Su empresa planifica la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma.					

10	Su empresa ejecuta la inversión en intangibles de acuerdo a la misión de la misma.					
	<b>DECISIONES DE FINANCIAMIENTO</b>					
	<b>Objetivos de financiamiento</b>					
11	Su empresa determina los objetivos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma.					
12	Su empresa logra los objetivos de financiamiento oportunamente.					
	<b>Necesidades de financiamiento</b>					
13	Su empresa planifica las necesidades de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma.					
14	Su empresa determina las necesidades de financiamiento oportunamente.					
	<b>Financiamiento interno</b>					
15	Su empresa planifica el financiamiento interno que son coherentes a la misión de la misma.					
16	Su empresa logra el financiamiento interno oportunamente.					
	<b>Financiamiento externo</b>					
17	Su empresa planifica el financiamiento externo que son coherentes a la misión de la misma.					
18	Su empresa logra el financiamiento externo					

	oportunamente.					
	<b>Costos de financiamiento</b>					
19	Su empresa determina los costos de financiamiento que son coherentes a la misión de la misma.					
20	Su empresa logra reducir los costos de financiamiento oportunamente.					
	<b>Presupuesto de efectivo</b>					
21	Su empresa planifica el presupuesto efectivo que son coherentes a la misión de la misma.					
22	Su empresa logra los objetivos del presupuesto efectivo oportunamente.					

## **CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre 0 y 1.

TABLA 1  
ESCALA DE ALPHA DE CRONBACH

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiable
0.01 - 0.49	Baja confiabilidad
0.50 - 0.69	Moderada confiabilidad
0.70 - 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 - 1.00	Alta confiabilidad

De acuerdo con la escala, se determina que los valores cercanos a 1 implican que el instrumento utilizado es de alta confiabilidad y si se aproxima a cero significa que el instrumento es de baja confiabilidad.

## **APLICACIÓN DE COEFICIENTE DE ALPHA DE CRHOMBACH**

Utilizando el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuyo reporte del software SPSS 23 es el siguiente:

TABLA 2.  
ALPHA DE CRONBACH: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,933	32

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0,933 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Responsabilidad social” es de alta confiabilidad.

TABLA 3  
ALPHA DE CRONBACH: TOMA DE DECISIONES

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,918	22

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0,918 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Toma de decisiones” es de alta confiabilidad.

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES EN LAS EMPRESAS  
AGROINDUSTRIALES DE TACNA, AÑO 2016

**1. DATOS GENERALES**

1. Apellidos y nombres de informante (Experto): LIMACHE AROCUTIPA, Gladys Pilar
2. Grado académico: MAGISTER
3. Profesión: LICENCIADA EN EDUCACIÓN
4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
5. Cargo que desempeña: DOCENTE
6. Autor de los instrumentos: BACH. VLADIMIR LAUTARO TICONA JOAQUIN

**2. VALIDACIÓN**

INDICADORES DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIAS	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL						
SUMATORIA TOTAL						

**3. RESULTADO DE VALIDACIÓN**

3.1 Opinión: **FAVORABLE**.....X..... **DEBE MEJORAR**.....

**NO FAVORABLE**.....

3.2 Observación:.....

.....



Firma