

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN
EL DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE DE LOS
COLABORADORES DEL SUPER MERCADO TOTTUS, HUACHO -2020**

PRESENTADO POR

VILLAFUERTE CASTRO SANDRA LUISA

PARA OPTAR EL GRADO DE DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

ASESOR

DR. CARO SOTO, FELIX GIL

HUACHO- 2021

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN
EL DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE DE LOS
COLABORADORES DEL SUPER MERCADO TOTTUS, HUACHO -2020**

VILLAFUERTE CASTRO SANDRA LUISA

TESIS DE DOCTORADO

ASESOR: DR. CARO SOTO, FELIX GIL

UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

HUACHO

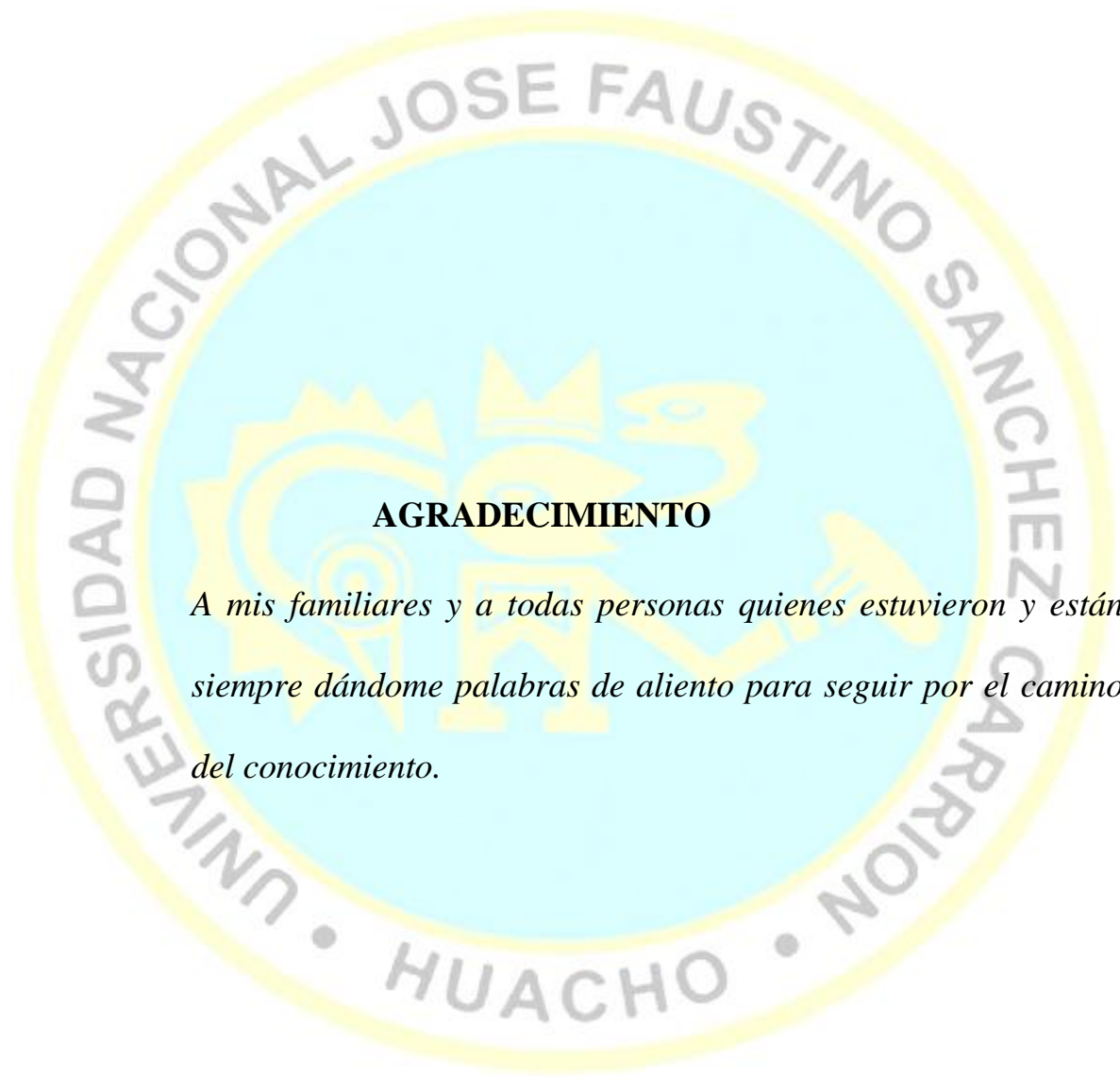
2021



DEDICATORIA

A Dios, a mi fuerza y a mi dedicación por estar siempre presente en los momentos difíciles de mi vida.

A hermana y madre que siempre han estado presente en todo el largo camino de mis estudios, para lograr uno de mis objetivos en mi vida.



AGRADECIMIENTO

A mis familiares y a todas personas quienes estuvieron y están siempre dándome palabras de aliento para seguir por el camino del conocimiento.

ÍNDICE

CARATULA	
TITULO	ii
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE	VI
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
ASTRATTO	XIII
INTRODUCCIÓN	xiii

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Descripción de la realidad problemática	16
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3.Objetivos de la investigación	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos	19
1.4.Justificación de la investigación	20
1.5.Delimitación de estudio	21
1.6.Viabilidad de estudio	21

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	22
2.1.1. Antecedentes Internacionales	22

2.1.2. Antecedentes nacionales	24
2.2. Bases teóricas	26
2.3. Bases filosóficas	45
2.4. Definición de términos básicos	47
2.5. Formulación de la hipótesis	48
2.5.1. Hipótesis general	48
2.5.2. Hipótesis específico	49
2.6. Operacionalización de las variables	50

CAPITULO III METODOLOGIA

3.1. Diseño metodológico	51
3.1.1. Tipo de investigación	52
3.1.2. Enfoque	52
3.2. Población y muestra de la investigación	52
3.2.1 Población	52
3.2.2 Muestra	52
3.3. Técnicas de recolección de datos	52
3.3.1. Técnicas a emplear	52
3.3.2. Descripción del instrumento	53
3.4. Técnicas para el procedimiento de la información	53

CAPITULO IV RESULTADO

4.1. Análisis de resultados	54
4.2. Contratación de hipótesis	72

4.2.1. Hipótesis general	72
4.2.2. Hipótesis específicos	73

**CAPÍTULO V
DISCUSIÓN**

5.1. Discusión de los resultados	76
---	-----------

**CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1. Conclusiones	78
6.2. Recomendaciones	79
ANEXOS	82
Instrumento para medir la responsabilidad social empresarial	84
Instrumento para medir el desarrollo humano sostenible	85

**CAPITULO V
REFERENCIAS**

5.1. Fuentes bibliográficas	86
5.2. Fuentes hemerograficas	87
5.3. Fuentes electrónicas	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Frecuencia en que la empresa informa de sus actividades	54
Tabla 2: Legitimidad de su actuación ante la sociedad	55
Tabla 3:Frecuencia en la que la empresa muestra una conducta responsable.....	56
Tabla 4: Responsabilidad social empresarial dirigido a los grupos de interés.....	57
Tabla: 5: Gestión responsabilidad social piensa en los grupos de interés externos ..	58
Tabla 6: Los colaboradores participan en la resolución de problemas.....	59
Tabla 7:Frecuencia de transparencia de la empresa ante los colaboradores	60
Tabla 8: Frecuencia en la que los directivos fomentan la confianza entre todos	61
Tabla 9:La satisfacción laboral factore imprescindibles para los directivos.....	62
Tabla 10: Se respetan los derechos humanos de los colaboradores.....	63
Tabla 11:El desarrollo personal con que frecuencia es parte de los objetivos	64
Tabla 12: La remuneración es justa y conlleva a la sostenibilidad	65
Tabla 13:La empresa brinda bienestar económico que sea sostenible.....	66
Tabla 14:El crecimiento económico es sostenible para él y los grupos de interés.....	67
Tabla 15: Se concientiza en temas de reciclaje en la empresa	68
Tabla 16:La preservación del medio ambiente la empresa tiene objetivos	69
Tabla 17: Uso adecuado de los recursos naturales.....	70
Tabla 18: La gestión ambiental dentro de sus planes	71
Tabla 19:Responsabilidad social empresarial y desarrollo humano sostenible	72
Tabla 20: Responsabilidad social empresarial y aspecto social de colaboradores.....	73
Tabla 21:Responsabilidad social empresarial y aspecto económico.....	74
Tabla 22: Responsabilidad social empresarial y el aspecto ambiental.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Frecuencia en que la empresa informa de sus actividades	54
Figura 2.: Legitimidad de su actuación ante la sociedad.....	55
Figura 3: Frecuencia en la que la empresa muestra una conducta responsable	56
Figura 4: Responsabilidad social empresarial dirigido a los grupos de interés	57
Figura 5: Gestión responsabilidad social piensa en los grupos de interés externos ...	58
Figura 6: Los colaboradores participan en la resolución de problemas	59
Figura 7: Frecuencia de transparencia de la empresa ante los colaboradores.....	60
Figura 8: Frecuencia en la que los directivos fomentan la confianza entre todos.....	61
Figura 9: Se respetan los derechos humanos de los colaboradores	62
Figura 10: La satisfacción laboral factor imprescindible para los directivos	63
Figura 11: El desarrollo personal con que frecuencia es parte de los objetivos.....	64
Figura 12: La remuneración es justa y conlleva a la sostenibilidad	65
Figura 13: La empresa brinda bienestar económico que sea sostenible	66
Figura 14: El crecimiento económico es sostenible para él y los grupos de interés ..	67
Figura 15: Se concientiza en temas de reciclaje en la empresa	68
Figura 16: La preservación del medio ambiente la empresa tiene objetivos.....	69
Figura 17: Uso adecuado de los recursos naturales	70
Figura 18: La gestión ambiental dentro de sus planes	71

RESUMEN

El presente estudio denominado “La responsabilidad social empresarial y su influencia en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super Mercado Tottus, Huacho -2020”. Tiene como objetivo principal, conocer de que manera la responsabilidad social influye en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super Mercado Tottus, Huacho – 2020. El tipo de investigación según el periodo es transversal, en cuanto a la temporalidad es una investigación del presente, en cuanto al aporte al conocimiento es una investigación aplicada, con un diseño no experimental transaccional y explicativo con un enfoque de causa y efecto, la muestra está conformada por 110 colaboradores de la empresa Tottus, la técnica que se utilizó para recopilar los datos fue la encuesta y el cuestionario fue el instrumento. Se concluye que, la responsabilidad social influye significativamente en el desarrollo humano sostenible del Super Mercado Tottus, con una correlación de $r = 0.925$, con una $p = 0.000$ ($p < 0.05$), dando como resultado que la variable independiente influye de manera significativa en la variable dependiente, siendo este entonces una variable fundamental para que el desarrollo humano de los colaboradores sea sostenible, el cual quiere decir que sea duradero en el tiempo.

Palabras claves. Responsabilidad social empresarial, Desarrollo humano sostenible, Aspecto Social, Aspecto Económico, Aspecto Ambiental.

ABSTRACT

The present study called "Corporate social responsibility and its influence on the sustainable human development of the collaborators of the Tottus Super Market, Huacho -2020". Its main objective is to know how social responsibility influences the sustainable human development of the collaborators of the Super Mercado Tottus, Huacho - 2020. The type of research according to the period is transversal, in terms of temporality it is an investigation of the present. Regarding the contribution to knowledge, it is an applied research, with a non-experimental transactional and explanatory design with a cause and effect approach, the sample is made up of 110 collaborators of the Tottus company, the technique used to collect the data was the survey and the questionnaire was the instrument. It is concluded that social responsibility significantly influences the sustainable human development of the Tottus Super Market, with a correlation of $r = 0.925$, with a $p = 0.000$ ($p < 0.05$), resulting in that the independent variable influences in a way significant in the dependent variable, this then being a fundamental variable for the human development of employees to be sustainable, which means that it is durable over time.

Keywords. Corporate social responsibility, Sustainable human development, Social Aspect, Economic Aspect, Environmental Aspect.

ASTRATTO

Il presente studio intitolato "Responsabilità sociale d'impresa e sua influenza sullo sviluppo umano sostenibile dei collaboratori del Tottus Super Market, Huacho -2020". Il suo obiettivo principale è sapere come la responsabilità sociale influenzi lo sviluppo umano sostenibile dei collaboratori del Super Mercado Tottus, Huacho - 2020. Il tipo di ricerca secondo il periodo è trasversale, in termini di temporalità è un'indagine del presente. il contributo alla conoscenza, è una ricerca applicata, con un disegno non sperimentale, transazionale ed esplicativo con un approccio di causa ed effetto, il campione è composto da 110 collaboratori dell'azienda Tottus, la tecnica utilizzata per raccogliere i dati è stata la sondaggio e il questionario era lo strumento. Si conclude che la responsabilità sociale influenza in modo significativo lo sviluppo umano sostenibile del Tottus Super Market, con una correlazione di $r = 0.925$, con $p = 0.000$ ($p < 0.05$), con il risultato che la variabile indipendente influenza in modo significativo la variabile dipendente, essendo questa quindi una variabile fondamentale affinché lo sviluppo umano dei dipendenti sia sostenibile, ovvero durevole nel tempo.

Parole chiave. Responsabilità sociale d'impresa, Sviluppo umano sostenibile, Aspetto sociale, Aspetto economico, Aspetto ambientale.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolló con la finalidad de conocer si la responsabilidad social tiene un efecto en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores en la empresa Tottus, si bien es cierto hoy en día existen empresas que consideran al colaborador como un ser que solo debe trabajar y no se enfocan realmente en cómo debe ser considerado una persona en todos los aspectos, tanto económico, social y ambiental en el contexto donde se desenvuelven.

La presente tesis denominada “Responsabilidad social empresarial y su influencia en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super Mercado Tottus Huacho, en este trabajo se conoció la influencia que tiene la variable independiente hacia la variable dependiente, estadísticamente está comprobado que la responsabilidad social influye de manera directa en el desarrollo humano sostenible, además de tener en cuenta las hipótesis específicas que también tienen una incidencia directa hacia lo social, económico y ambiental de los colaboradores de la mencionada empresa. El trabajo está estructurado de la siguiente manera:

En el primer capítulo: Encontramos, planteamiento del problema, descripción de la realidad problemática, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación y la delimitación de la investigación.

En el segundo capítulo: Encontramos, el marco teórico, antecedentes del presente estudio, bases teóricas, bases filosóficas, definición de términos básicos, hipótesis de la investigación.

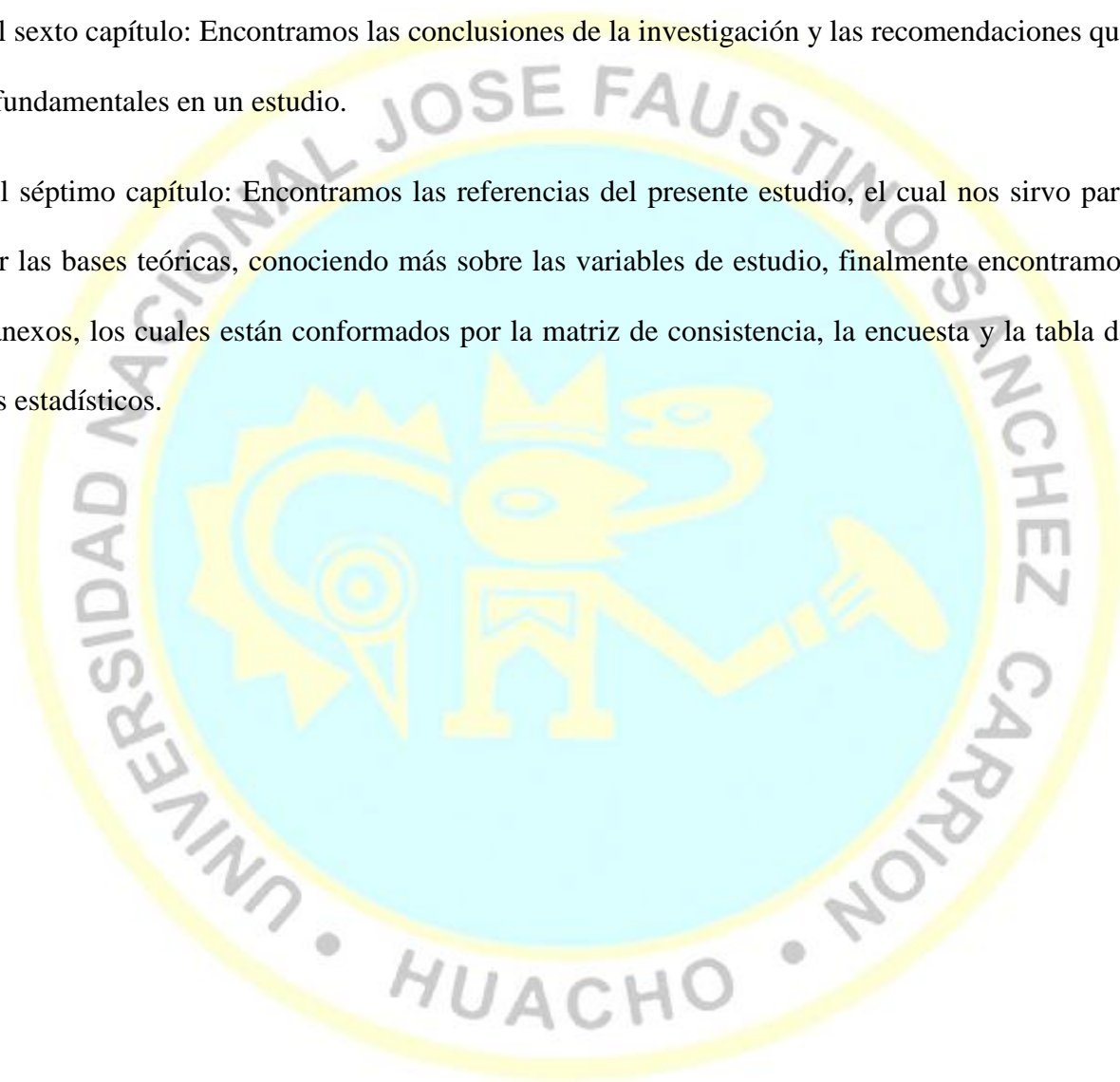
En el tercer capítulo: Encontramos la metodología, que constituye diseño metodológico, tipo de investigación, enfoque, población y muestra, técnicas de recolección de datos, descripción del instrumento, técnicas para el procesamiento de datos.

En el cuarto capítulo: Encontramos los resultados realizados en tablas y figuras, contrastación de las hipótesis del presente estudio.

En el quinto capítulo: Encontramos la discusión de los resultados, teniendo en cuenta a otros autores en la discusión de los resultados de investigación.

En el sexto capítulo: Encontramos las conclusiones de la investigación y las recomendaciones que son fundamentales en un estudio.

En el séptimo capítulo: Encontramos las referencias del presente estudio, el cual nos sirvo para hacer las bases teóricas, conociendo más sobre las variables de estudio, finalmente encontramos los anexos, los cuales están conformados por la matriz de consistencia, la encuesta y la tabla de datos estadísticos.



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La empresa Tottus es una empresa que ofrece productos al consumidor, trabajan con equipo de profesionales en las diferentes sedes que tiene a nivel nacional en nuestro país, la empresa ofrece productos a bajo precio según los directivos, es una empresa chilena de supermercados e hipermercados pertenecientes al grupo Falabella con 89 locales en Perú, fue fundada en el noviembre del 2002 en nuestro país, luego llegó a expandirse en Chile.

La empresa ha logrado tener otra marca a parte a la que denominaron Precio uno, según fuentes han logrado 17 años ubicarse desde el 2002 entre las empresas de nuestro país para recibir premios como Great place work. Esta empresa tiene un total de 110 colaboradores en el distrito de Huacho, es una empresa en la que busca cada día trabajadores que sean jóvenes, la pregunta es si los colaboradores conocen la gestión en temas de responsabilidad social empresarial, para el beneficio en su desarrollo sostenible dentro y fuera de la empresa.

Los supermercados muchas veces muestran al público solo lo que ellos quieren que vean para dar un reflejo de la buena imagen ante los grupos de interés que están fuera de la empresa, sin embargo, los objetivos que se cumplen en su mayoría son de la empresa y no de los colaboradores, porque se ha evidenciado lo siguiente:

- a.** Poca consideración a los colaboradores en temas sociales
- b.** Desconocimiento casi total de los riesgos que tienen el no cumplimiento de una buena gestión ambiental.
- c.** Poca innovación en temas de gestión de responsabilidad social empresarial
- d.** Falta de capacitación a los colaboradores en cuanto a temas de los usos de embaces de plástico
- e.** Desconocimiento del fomento de ayuda social a los más necesitados.
- f.** Poca inversión en el capital humano, quienes son el factor más importante en la empresa.

Desarrollo humano sostenible. En cuanto a la variable dependiente, podemos señalar lo siguiente:

- a.** Desconocimiento de los derechos que tiene como colaborador.
- b.** Poco cumplimiento de sus objetivos como persona y para su familia, además de su entorno.
- c.** Incremento de renuncia por el trato que se les brinda a los colaboradores.
- d.** La autonomía en los colaboradores no existe por lo que siempre llaman a un superior para la resolución de un problema
- e.** Los colaboradores hacen su trabajo solo por un mero sueldo en la que no ven al trabajo que realizan como parte de ellos.
- f.** El desarrollo humano en cuanto en la escala de niveles al parece es nula, solo se da de vez en cuando.
- g.** La generación de residuos si bien es reciclado, los colaboradores no están concientizados con esos temas, porque después del trabajo cada uno no recicla.

Ante lo expuesto líneas arriba de las dos variables, se debe plantear los siguiente:

- a. Capacitar a los colaboradores para lograr un crecimiento tanto de la empresa y de los colaboradores.
- b. Incrementar la inversión en el capital humano, para que estos sean colaboradores con autonomía quienes tienen un desarrollo humano sostenible en todos los aspectos.
- c. Contar con colaboradores quienes fomenten lo social y lo ambiental y esto no solo sea en la empresa, sino que salga fuera de ella.
- d. Hacer actividades de recreación que motive al colaborador a ser uno de los capitales más valiosos que tiene la empresa para el cumplimiento de sus objetivos, así como el cumplimiento del objetivo de los colaboradores.
- e. Mejorar la calidad de productos que se venden, ya que, si hablamos de temas de interés por el medio ambiente entregando bolsas que no contaminan, no es suficiente, porque no olvidemos que los productos que se ofrecen tienen plásticos que afectan.
- f. La empresa debe potenciar a los colaboradores, haciendo crecer sus habilidades con capacitaciones e innovar en temas de gestión.
- g. Los colaboradores no deben ser discriminados por ningún motivo y menos sean personas que logren objetivos solo por ganar un sueldo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Cómo la responsabilidad social empresarial repercute en aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020?
- b. ¿En qué medida la responsabilidad incide en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020?
- c. ¿De qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el aspecto ambiente de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Conocer de qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- a. Determinar como la responsabilidad social empresarial repercute en aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.
- b. conocer en qué medida la responsabilidad incide en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.
- c. precisar de qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el aspecto ambiente de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.

1.4. Justificación de la investigación

La responsabilidad social empresarial y el desarrollo humano sostenible de son elementos claves que influyen de modo determinante en la imagen de la empresa, para lograr objetivos comunes tanto de los grupos de interés, como los de la empresa, por otro lado, cabe señalar que, según los diferentes planteamientos teóricos pertinentes, entre las variables de estudio existe estrecha relación de asociativa y de causalidad determinado por investigaciones.

Justificación teórica

La absoluta necesidad de tomar conocimiento, indagar, analizar y sintetizar todas las teorías que existen al describir y respaldar la hipótesis que se considera que existe significativa relación de causa efecto entre las dos variables de estudio.

Justificación metodológica

Existe la necesidad de diseñar, aplicar y además presentar metodologías pertinentes que nos permitan considerar la forma de influencia de la responsabilidad social empresarial y el desarrollo humano sostenible en la empresa a la que se investigará

Justificación práctica - económica

Se debe alcanzar recomendaciones que sean viables, para que, al ser aplicadas en la empresa, mejoren el cumplimiento de objetivos comunes que tienen los colaboradores y los directivos de la empresa, de esa manera la correcta gestión de la responsabilidad social empresarial sea un factor imprescindible que deben cumplir y debe estar dentro de los planes, teniendo en cuenta el desarrollo humano sostenible de los colaboradores.

1.5. Delimitación de estudio

1.5.1. Delimitación espacial

El presente estudio se llevará a cabo en el ámbito del Super Mercado Tottus de la ciudad de Huacho, en la que se recopilará información de los colaboradores.

1.5.2. Delimitación social

La investigación está enfocada al desarrollo humano de los colaboradores del Super mercado mencionado de la ciudad de Huacho.

1.5.3. Delimitación temporal

El estudio se realiza en el año 2020, teniendo en cuenta todos los factores de la responsabilidad social empresarial que influyen en el desarrollo humanos sostenible de los colaboradores.

1.6. Viabilidad de estudio

La realización del presente estudio es totalmente viable, ya que tiene los conocimientos teóricos pertinentes, los recursos económicos necesarios, así como los medios técnicos, además de estar asegurado el acceso al lugar de investigación, del cual se accederá a la información que se requiere, contando con la autorización del Gerente general de la empresa Tottus.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Bino Raya , 2014) en la tesis titulada “La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como instrumento que contribuye al desarrollo turístico sostenible, en la ciudad de Córdoba – Argentina”. Tuvo como objetivo general determinar el estado del arte de la responsabilidad social empresarial en la hotelería, como instrumento para mejorar los niveles de sostenibilidad en el sector, el tipo de investigación fue no experimental, descriptivo, cuantitativo /cualitativo, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de encuesta, la muestra estuvo conformada por 32 empresas hoteleras de la ciudad de Córdoba, el investigador concluyó que, la responsabilidad social empresarial es la gestión hotelera es un instrumento que coadyuvan a la jerarquización de la sostenibilidad y la competitividad, además el investigador señala que contar con instrumentos de responsabilidad social empresarial facilita a las empresas alcanzar los niveles de exigencia que requiere la demanda actual, así como la aplicación de la variable debe efectuarse sobre la base de la medición del nivel de implicación en los servicios del sector hotelero, finalmente concluye el investigador en que existe una interacción entre la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial para favorecer la competitividad.

(Alvarado Herrera , 2008) en la tesis titulada “Responsabilidad social empresarial y su influencia en la reputación de las empresas turísticas, Valencia, 2008”. Tuvo como objetivo estudiar la responsabilidad social empresarial en las empresas turísticas y sus dimensiones como

son lo económico, social y ambiental, además de su influencia sobre la reputación sobre las empresas, el tipo de investigación fue explicativo de causa efecto con un diseño no experimental de influencia, la muestra estuvo conformada por 183 empresas turísticas de Valencia, se utilizó la técnica de la encuesta, el instrumento fue el cuestionario de encuesta, además se encuestó a 462 turistas nacionales e internacionales, el investigador utilizó diversas técnicas de análisis multivalentes de las que destacan el análisis de estructura de covarianzas, concluyo que, la responsabilidad social empresarial percibida por el turística y sus dimensiones desde una perspectiva céntrica , así como su relación con la reputación de la empresa en los clientes, se determinó la influencia directa que ejerce la responsabilidad social empresarial desde una perspectiva sostenible sobre la reputación de la empresa, en cuanto a los clientes ven a las empresas turísticas con una imagen de cumplimiento de bien común si se preocupan por el bienestar no solo de la empresa sino de la sociedad en su conjunto.

(Alvarado Herrera, 2011) en la investigación titulada “ Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base en su racionalidad, 2011”. Tuvo como objetivo identificar, revisar y sintetizar las teorías empleadas en la literatura para el estudio de la Responsabilidad social empresarial. El tipo de investigación fue de naturaleza conceptual, el diseño fue transeccional – longitudinal, la muestra estuvo conformada por 190 contribuciones de literatura identificadas por la propia literatura como piezas seminales, relevantes. El investigador concluyó que, en la liteatura academica los fenomenos asociados a la responsabilidad social empresarial ha provocado una confusion muy elevada, ya que, se encontró que existen trece teorías o perspectivas teoricas que han sido utilizados en mayor o menor medida por los academicos para poder analizar lo que realmente es la responsabilidad social

empresarial, si bien es cierto han sido introducidas por muchos academicos para buscar o encontrar nuevas teorías que definan lo que realmente es esta variable, ya que cada una de las teorías según la investigación tienen sus fortalezas, pero también debilidades para explicar la responsabilidad social empresarial.

(Calabuig Tormo , 2008) en la tesis titulada “Gobernanza democrática para el desarrollo humano sostenible, bases para una gestión orientada al proceso, Valencia, 2008”. Tuvo como objetivo identificar los elementos claves para mejorar la contribución a la gobernanza hacia el desarrollo humano sostenible, el tipo de investigación según el investigador fue variado, con enfoque cualitativo, de diseño no experimental, transaccional, la muestra estuvo conformada por 350 ciudadanos de la ciudad a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta, el cuestionario fue el instrumento para la recolección de los datos para la investigación, se concluyó que, se alcanzó los objetivos planteados en la tesis doctoral, existe convergencia creciente entre dos enfoques del desarrollo humano sostenible que son reconocidos internacionalmente, se debe incorporar enfoques en cada elemento del otro que lo enriquecen, la relevancia de la lucha contra la pobreza, la justicia social, el empoderamiento de grupos vulnerables o personas que son excluidas en las prácticas de gobernanza, además se concluye que, las teorías de desarrollo humano sostenible han ido evolucionando para expresar el interés de desarrollar nuevas formas de gobierno y de relación entre actores en las sociedades modernas.

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Velarde Molina , 2018) en la tesis denominada “La responsabilidad social empresarial y su influencia en el posicionamiento de las entidades bancarias en Tacna, 2018”. Tuvo como objetivo determinar la influencia que existe entre la responsabilidad social empresarial y el

posicionamiento de las entidades bancarias en la ciudad de Tacna, 2018, el tipo de investigación fue básico con un nivel explicativo, de diseño no experimental de corte transversal, con un enfoque cuantitativo, la muestra estuvo constituida por 381 clientes de los Bancos de Crédito del Perú y Soctiabank, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, se concluyó que el 92,39% de los clientes perciben que la responsabilidad social empresarial de las dos entidades bancarias es moderado, la dimensión económica y la ambiental fueron los más destacados en la responsabilidad social empresarial, en cuanto a la variable dependiente como es el posicionamiento el 51,44% de los clientes es regular en los bancos que sirvieron de estudio, por ende, el investigador señala que existe una influencia significativa de la responsabilidad social sobre la variable dependiente de las empresas bancarias.

(De la Cruz Gamonal , 2003) en la tesis denominada “Desarrollo humano sostenible y la gestión del medio ambiente en las empresas de casinos en el Santa Anita, 2003”. Tuvo como objetivo conocer si el desarrollo humano sostenible se relaciona con la gestión del medio ambiente de las empresas de casinos, el tipo de investigación fue no experimental correlacional no causal, con enfoque cualitativo, la muestra estuvo conformada por 150 empresas a las que se encuestó, para conocer si tiene relación las dos variables, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de encuesta, se concluyó que, la cantidad de renovación de los beneficios que genera el desarrollo humano sostenible, se da una mejor gestión ambiental en las empresa, ya que, los colaboradores están más concientizados con los temas ambientales y estos a su vez hacen y crean programas que se cuide el medio ambiente, siendo este duradero para las generaciones futuras, además mejora la imagen de la empresa, los directivos incluyen políticas de desarrollo

humano sostenible y la gestión ambiental en sus planes para que durante el año se cumplan objetivos propuestos.

(Alarcon Medina, 2016) en la tesis titulada” Conciencia social y desarrollo humano sostenible en los trabajadores del Gobierno regional de Junín, Huancayo 2016”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la conciencia social y del desarrollo humano sostenible de los colaboradores del gobierno regional de Junín, el tipo de investigación fue cuantitativa, el investigador utilizó el método científico y descriptivo para realizar el presente estudio, con diseño descriptivo correlacional no causal, la muestra de la investigación estuvo conformada por 196 trabajadores del gobierno regional, se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario fue el instrumento para recopilar los datos de información, se concluyó que, con un nivel de significancia de 0.05 y un coeficiente de correlación igual a 0,601 y una t calculada igual a 6,06 existe una relación positiva moderada entre la conciencia social y el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del gobierno regional, por otro lado se encontró que existe una correlación directa y significativa entre las dos variables de estudio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Responsabilidad social empresarial

(Shun , 2006) señala que, “la responsabilidad social empresarial es un valor agregado que tienen las empresas para operar en el mercado minimizando los recursos que utilizan y estar segmentado en la mente del cliente” (p.25)

(Francéz Gómez, 2004) asevera que “es estar mejor preparados para darle a la sociedad un servicio que merece con creatividad, eficiencia e innovación, teniendo en cuenta no solo el cuidado de la empresa en los pilares económicos, ambientales y sociales, sino el de la sociedad en su conjunto” (p.16)

(Nowajewski Vega & Pérez Neumann, 2015) considera que, “es procurar el bien común entre la empresa y la sociedad, esto hará que se mantenga en el mercado, ya que, los consumidores verán que la empresa no solo se preocupa en sus objetivos sino en los objetivos de la sociedad en la que se encuentra implantado”. (p.5)

(Presuttari, 2016) señala que, es preocuparse por los objetivos de los colaboradores y de la sociedad teniendo en cuenta la mejora continua, la innovación, además del cuidado del medio ambiente, económico y social, es decir preocuparse en los grupos de interés para que sea una empresa exitosa y se mantenga en el mercado, estableciendo criterios para demostrar el compromiso que tiene por el bien común. (p. 19)

2.2.2. Importancia de la responsabilidad social empresarial

(Adecco, 2019) señala que, es importante porque mejora la imagen de la empresa, si es una empresa que produce bienes debe tener en cuenta el factor ambiental, es decir el cuidado del medio ambiente, además es importante porque se preocupa en del desarrollo sostenible de la sociedad, así generar impactos positivos en lo externo e interno de la empresa, ve el lado humano de los colaboradores, teniendo en cuenta sus objetivos y los de la empresa contribuyendo a mejorar el mercado laboral.

(Kenero , 2014) considera que, “ es importante porque no solo se preocupa en el bienestar de las empresas, sino lo fundamental es crear estrategias en los planes de la empresas pensando en el bien común que tiene con la sociedad en los factores fundamentales, teniendo en cuenta los daños que pueden causar y estas pueden ser irreparables en tiempo, las empresas deben pensar al realizar sus actividades, que la responsabilidad social empresarial es contribuir y beneficiar a todos que pueden ser impactados por lo que realiza la empresa, la sociedad a su vez verá una imagen responsable, teniendo este muchas ventajas para el éxito de la empresa.

(Sanchez Tello , 2020) asevera que, es importante porque ayuda en el crecimiento económico de la empresa, así como a posicionarse en la mente del consumidor, teniendo en cuenta claro está el compromiso de la empresa ante los impactos negativos que pueda generar en la sociedad, además es fundamental por lo que se preocupa por el bienestar de los colaboradores y de los clientes, se tiene en cuenta los valores éticos, lo social, además de lo ambiental que debe ser cuidado para que las generaciones futuras lo disfruten, entonces las acciones que toma la empresa en cuanto a la responsabilidad social es una participación de todos los que laboran en ella.

(Hernández González, 2018) señala que, la responsabilidad social empresarial es importante porque los directivos tienen en cuenta a los colaboradores en los temas personales que les puede aquejar en cualquier momento, no los ven como seres que solo deben trabajar para que la empresa sea exitosa, sino como un capital humano que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, a esto se le puede llamar mejorar el clima laboral, por otro lado, los otros grupos de interés son también fundamentales para la empresa porque ocupan un lugar imprescindible para que la empresa tenga éxito y sea reconocido en el mercado por sus clientes, además de ser fidelizados por la manera de actuar de la empresa ante la sociedad, en lo ambiental y en lo

económico, como dar trabajo a los que viven en el lugar, potenciando el desarrollo humano de la comunidad.

2.2.3. Características de la responsabilidad social empresarial

(La Cruz Ruiz , 2013) considera que la responsabilidad social empresarial tiene las siguientes características.

Tiene como característica una visión integrada, en la que la empresa tiene valores como lo económico, ambiental y social, siendo estos tres factores importantes, ya que, genera beneficios en la imagen de la empresa.

Integra los procesos que tiene la empresa al realizar sus operaciones, es decir se toman decisiones en la que se busca el equilibrio de todos los que están involucrados, tanto los colaboradores, los empresarios y la comunidad en general.

Es una de las variables que no tiene un solo tipo de implementación, cada empresa puede implementar de manera diferente y depende siempre del tamaño de esta, de lo que ofrece y la estrategia que utiliza, además de la cultura empresarial.

La responsabilidad social tiene como característica de generar ganancias, esta puede ser a mediano o largo plazo, por lo que los clientes ven a la empresa como un ente responsable que se preocupa no solo por ganar dinero, sino por el bienestar de los colaboradores, de sostenibilidad de la comunidad, se preocupa de la innovación, creatividad y sobre todo el bien común.

Se puede implantar no solo en las grandes empresas, sino en pequeños negocios que se preocupan por hacer bien las cosas, cumpliendo sus objetivos, así como el de los que

laboran en esta, además de los de la sociedad, el modelo de gestión de sostenibilidad ayuda a la empresa a crecer porque se le ve como una empresa socialmente responsable y respetuoso del medio ambiente.

(Aguilar Alcivar & Pluas Rogel , 2013) consideran que la responsabilidad social empresarial tiene las siguientes características:

La voluntariedad es una de las características, en la que las empresas no solo se preocupan en sus propios objetivos, sino en los factores sociales, ambientales, los directivos tienen en cuenta estos factores porque quieren ir más allá de las leyes que deben ser cumplidas.

Hacer un trabajo de integración es una de las características que la organización o empresa debe tener en cuenta, es decir todas las áreas deben estar unidas para hacer un trabajo en conjunto.

Si la empresa quiere perdurar en el tiempo, se debe tener en cuenta la característica de la consistencia, por lo que este busca fomentar una cultura diferente en la que no solo están involucrados los directivos, sino los colaboradores y los clientes, teniendo en cuenta que cada uno de ellos juega un rol importante para el crecimiento de la empresa.

Las decisiones que se tomen en la empresa se deben compartir con todos, para que tanto colaboradores como directivos trabajen por el bien común de la empresa y tener en cuenta, además, que el rol de la sociedad es fundamental para el éxito de esta, por tal razón una de las características también fundamentales de la responsabilidad social es la transparencia que debe existir en la organización. (p.24)

(Mendoza Flores , 2017) señala que, las características de esta variable son las siguientes:

Es voluntario porque no existe ninguna ley que obligue a las empresas a realizar responsabilidad social empresarial.

Las decisiones que se tomen en cuanto al cuidado del medio ambiente, el bien común de la sociedad y de los colaboradores es un compromiso que deben asumir los directivos si desean implantar responsabilidad social empresarial en la empresa.

Cada empresa tiene su responsabilidad social empresarial de manera distinta, porque siempre va depender de los objetivos, metas y de lo que desea lograr en el futuro.

El compromiso es una de las características cruciales de la responsabilidad social empresarial por lo que el desarrollo sostenible de los colaboradores y el de la sociedad es totalmente voluntario en caso de que la empresa quiera mejorar su imagen y quiera posicionarse en el mercado permaneciendo en ella por más tiempo.

2.2.4. Beneficios de la responsabilidad social empresarial

(Mercado Salgado & Hernández García , 2007) aseveran que, los beneficios de la responsabilidad social en las empresas que realmente están comprometidas experimenta:

- Los estados financieros de las empresas con responsabilidad social son positivos
- La imagen de la empresa mejora cada día, ya que, los clientes lo ven como una empresa responsable del cuidado del medio ambiente, lo social y lo económico de la sociedad.

- La lealtad de los clientes va en crecimiento porque ven en ella el desarrollo humano sostenible, por la preocupación de los directivos en cuanto a los colaboradores, proveedores, clientes en general y sobre todo en el lado humano.
 - El desempeño es mayor porque cumplen con códigos de ética que la responsabilidad social empresarial contiene.
 - Las acciones que son balanceadas entre los directivos y los colaboradores muestran tasas de crecimiento para la empresa y el rendimiento de los que laboran en ella es superior.
- (p.24)

(Gómez Jofré, 2004) considera que, los beneficios de la responsabilidad social empresarial son las siguientes:

- Genera un equilibrio entre los directivos y los colaboradores, porque se preocupan de la vida, salud, descanso, crecimiento personal, etc., es decir se escucha al colaborador en todos los aspectos, además de enseñarles a racionalizar los materiales que utilizan y el tiempo.
- Fomenta la recreación es decir tener una cultura de celebrar los cumpleaños, tener días de confraternidad, la capacitación para que cada uno de ellos se desenvuelva mejor en el área donde se desempeña.
- La familia se convierte en un aliado de la empresa porque la recomienda a otras personas, ya que, esta se preocupa por el bienestar de quienes laboran en ella.
- Genera una cultura de cuidado del medio ambiente, como fomentar el reciclaje, respetar los espacios que son públicos, vender productos que sean de calidad y ofrecer un servicio de respeto y satisfacción al cliente. (p.24)

(Aguilar Castro & Puerto Becerra , 2012) asevera que, la responsabilidad social tiene los siguientes beneficios:

- Incrementa las utilidades, la formación de los colaboradores, la generación de trabajo para la localidad donde se encuentra la empresa.
- Impulsa el crecimiento de la empresa, permitiendo obtener los recursos necesarios para implementar programas de responsabilidad social empresarial.
- Ayuda a competir a las empresas y que estas tengan éxito, siendo diferentes con sus grupos de interés.
- La confianza de los clientes crece y cree más en la empresa, en cuanto a los proveedores y los accionistas o directivos.
- Ayuda a que las empresas innoven, que incentiven a sus colaboradores a ser más creativos en cuanto a las actividades que realizan.
- Incrementa la reputación de la empresa ya que, considera empleadora de trabajo teniendo en cuenta la inclusión social.
- Brinda ventajas competitivas, tener colaboradores competitivos que mejoren la imagen de la empresa.

2.2.5. Institucionalidad de la responsabilidad social empresarial

(Duque Orozco & Cardona acevedo , 2013) señalan que, hace varios años se ha venido trabajando a nivel mundial para que las empresas vean a la responsabilidad social empresarial como un mecanismo de técnicas para que las empresas se preocupen más por lo interno, externo y no solo en ganar dinero, sin embargo, las empresas han llegado a impactar de manera negativa en varios países del mundo, ya que, no existe regulaciones que exija a las empresas que sean

socialmente responsables con los grupos de interés, por otro lado los autores señalan que hay empresas que creen que entregan ayuda social a un lugar pobre o hacer un evento por días festivos es responsabilidad social empresarial, están muy equivocados, la responsabilidad va mucho más allá. Porque busca mejorar aspectos medioambientales, sociales las cuales los impactos sean positivos, como mejorar la calidad de vida de sus colaboradores, hacer donaciones para la construcción de hospitales o colegios, sin embargo en nuestro país las empresas peruanas, no tienen la cultura de responsabilidad empresarial en lo socialmente hablando, porque son los grupos de interés quienes les exigen que se preocupen y realicen sus actividades teniendo en cuenta el lugar donde se encuentran, el cuidado del medio ambiente, la generación de empleo, la inclusión social, la no discriminación, etc.

(Castro Sanz , 2005) considera que, en las empresas no existe una institucionalidad en la que el gobierno obligue a las personas a cumplir con la responsabilidad social empresarial, la participación de las organizaciones son de manera voluntaria y deben hacerlo con todas las partes interesadas, deben plantearse los directivos mecanismos que obliguen a los colaboradores a cumplir con los objetivos que beneficien a todos los grupos que están involucrados en la empresa, por otro lado, los entes públicos deben tener una responsabilidad, teniendo en cuenta reglamentos, políticas, que las empresas deben cumplir en la sociedad, en el medio ambiente y la economía. Por otro lado, la responsabilidad social se está produciendo debido a que las empresas contaminan el ambiente, no generan empleo a sociedad en la que se encuentran, no pagan impuestos y tampoco hacen donaciones para la construcción de colegios, hospitales que ayuden a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, además, el autor menciona que la inclusión social es uno de los factores imprescindibles que las empresas deben tener, porque los discapacitados también tiene derecho a laborar, la inserción laboral debe ser sin excepción alguna. (p.24)

(Garcia Ortiz , 2013) asevera que, el estado debe tener una actitud diferente frente al tema de responsabilidad social y hacer que las empresas cumplan en fomentar, implantar y debe estar dentro de los planes de cada área que se manejan en la empresa, se debe enseñar una nueva forma de gerencia es decir más humano, equitativo, inclusivo, que tenga en cuenta a todos los grupos de interés sin distinción alguna, el comportamiento de las empresas debe ser cada día mejor en temas sociales, ambientales y económicos, además, deben agregar nuevos modelos de gestión, innovación y la creatividad debe estar dentro de los temas de innovación para mejorar la calidad del servicio, producto e incluso mejorar la satisfacción del cliente, quien ahora busca empresas más preocupadas por los cuidados de la sociedad en general, las oportunidades los niveles de beneficios deben ser para todos de manera equitativa, sin embargo, en nuestro país si hablamos de responsabilidad social empresarial se habla poco o nada al respecto, porque se ve de manera voluntaria, que no está como objetivo de la empresa, sino como algo que si quieren deben cumplir, por lo que no existe ninguna política en el Perú que les obligue a cumplir con los lineamientos que exige la responsabilidad social empresarial en cuanto a la sociedad. (p.4)

2.2.6. Responsabilidad social empresarial en los supermercados del Perú

(Barbachan , 2016) asevera que, diversas organizaciones difunden la responsabilidad social empresarial para que se ponga en valor sus actividades, por parte de los empresarios peruanos cada día está mejorando la gestión empresarial, ya que, quieren mejorar los ámbitos internos como externos, esto se da porque las empresas deben aprovechar las oportunidades que les brinda la esta variable en cuanto a los sectores de interés, viendo los impactos que pueden generar en la sociedad, muchas de ellas crean estrategias, programas, que deben ser aplicados en la empresa dentro y fuera de ella. Además, los colaboradores son capacitados para entender el significado de la

responsabilidad social empresarial para crear un valor económico, teniendo en cuenta los derechos laborales, la equidad, el respeto por el ambiente, sociedad y sobre todo la empresa debe ser fomentar la sostenibilidad tanto en el desarrollo humano y en todos los grupos de interés que estén vinculados o no a la empresa. (p.2-5)

(Televisión, 2019) asume que, las empresas como los supermercados Tottus han creado estrategias de responsabilidad social empresarial, siendo esto uno de ellos como el consumo de plástico, poniendo a disposición bolsas comportables que según los directivos son menos contaminantes con el medio ambiente, además señalan que se degrada mucho más rápido que las bolsas, ya que, no contiene plástico. Si bien es cierto este tipo de estrategias fomenta el cuidado del medio ambiente, pero no lo es todo según las teorías de la responsabilidad social, por lo que la empresa como no cumple con los elementos claves para fomentar a sus colaboradores esta variable que es importante en la sociedad, en la economía y el medio ambiente. Según los directivos de esta empresa ofreciendo bolsas comportables creen que dan soluciones para que los clientes reduzcan el uso de bolsas de plástico, sin embargo vemos que todos o en su mayoría de los productos contiene bolsas e incluso botellas de pastico que son arrojados por los mismos clientes quienes aducen que la empresa hace un bien, entonces cual sería la solución para resolver un problema tan grande como la contaminación, si solo se hace una publicidad para que los clientes creen que esa empresa se preocupa verdaderamente por el bienestar y el medio ambiente de la sociedad.

(Ramberg , 2019) considera que, los supermercados como la empresa Tottus tienen compromisos con la sostenibilidad, desempeño económico, social y ambiental, si bien es cierto este supermercado existe en Chile tanto como en nuestro país, menciona en la revista que la empresa tiene marca propia, donación de alimentos al Banco de alimentos del Perú, compromisos

con la alimentación saludable, tiene colaboradores que participan en actividades que desarrolla la empresa como encuentro nacional del clima laboral, sin embargo esto solo se da en Chile, en nuestro país no existe informe que hayan realizado un programa o estrategia para que los colaboradores sean incluidos en temas como el mencionado u otros temas de confraternidad, por otro lado tiene premios y reconocimientos que denota que son una empresa responsable socialmente hablando, pero en la realidad nos muestra otro tipo de comportamiento que es perjudicial para los grupos de interés. Por otro lado, se puede decir que la empresa muestra una imagen en la que los clientes lo ven como una empresa responsable, pero los colaboradores señalan que no es como muestran en la revista que los directivos presentan.

2.2.7. Desarrollo Humano sostenible

(Muñoz Arce , 2004) señala que, “es un proceso que se cambia progresivamente en la vida del ser humano, lo expone como el eje central y fundamental por el medio de lo económico en su crecimiento, con equidad, sin discriminación alguna, patrones de consumo, mejorar la calidad de vida de él y la sociedad”

(Moreno Avendaño & Miguel Velasco, 2016) consideran que, “es un factor que no solo genera crecimiento en el ser humano, sino un desarrollo que le lleva a distribuir equitativamente lo económico, social, en lo ambiental genera un equilibrio en lo que hace la empresa y los impactos que genera en la vida del individuo, además, potencia al ser humano a cumplir sus objetivos de sí mismo y el de su familia”.

(Torres Valdez , 2016) asevera que, “es un desarrollo que conlleva a participación en las decisiones que afectan la vida del ciudadano y de su familia, está vinculada a mejorar la naturaleza, el crecimiento como persona, tener un mejor empleo, la protección del medio ambiente, así como incrementar sus capacidades en las empresas donde laboran y este sea cada vez mejor” (p.26)

2.2.8. Importancia del desarrollo humano sostenible en la empresa

(Marqués Martínez, 2016) señala que, el desarrollo humano sostenible es importante por lo siguiente:

- Ocupa agenda políticas sociales desde hace décadas
- El ciudadano o consumidor demanda entornos empresariales y su participación es mucho más activa.
- El ser humano es protagonista de las cumbres que se realizan para buscar el respeto en los actos de su entorno.
- Integra elementos de ética y responsabilidad en las decisiones, consumo, además de respetar las nuevas generaciones.
- El mundo globalizado permite que los consumidores tengan beneficios funcionales de un producto o servicio de una determinada empresa.
- El ciudadano posee más información que antes, busca que las empresas tengan valores, credibilidad, confianza y que sean más humanas. (p.124)

(Guayasamín Paéz , 2014) considera que, la importancia de esta variable de estudio radica en lo siguiente:

- Busca comprometerse con los llamados Stakeholders, quienes son grupos de personas de interés de la empresa

- La responsabilidad hacia el ser humano, es decir hacia los colaboradores es un compromiso al igual que con los grupos de interés que son externos.
- Los objetivos que se cumplen no solo es de la empresa sino de los grupos de interés que están involucrados en la empresa ya sea interno o externo.
- El valor que se les da al desarrollo humano sostenible en cuanto a los que laboran en la empresa es de sostenibilidad.
- Lo que hace la empresa es pensando en los grupos de interés para no perjudicar el medio ambiente, social, económico, haciendo de este duradero y sea sostenible en el tiempo.
- Se informa es que a los grupos acerca de lo que se hace en la empresa y cuáles son los beneficios que recibirá en la sociedad. (p.31)

(Díaz , 2018) asevera que, el desarrollo humano sostenible en las empresas es importante porque:

- Los directivos cambian las políticas de remuneración a los colaboradores
- Los pisos salariales son respetados en cualquier área en la que se desempeña una persona.
- Las remuneraciones justas se deben dar sin discriminación y distinción alguna.
- El desarrollo de sus capacidades y la movilidad interna que deben tener los colaboradores en cuanto a ascender en sus puestos de suma importancia.
- La seguridad en el trabajo es fundamental porque cambia el clima laboral para todos los que laboran en ella.
- Los directivos son motivados a desarrollar campañas de estándares de salud y seguridad en las diferentes áreas.

- La preocupación por los grupos de interés que ahora ven mucho más la imagen de la empresa y que hacen por la sociedad juega un papel crucial para mantener una empresa en el mercado y sea exitosa.

2.2.9. Necesidades de establecer indicadores de desarrollo humano sostenible en las empresas.

(Marqués Martínez, 2016) considera que aunque se han realizado diversas cumbres en el mundo la para que los ciudadanos tengan conocimientos acerca de lo social, ambiental y económico, para exigir a las empresas un modelo de funcionamiento que lleve al desarrollo sostenible humano sostenible, es necesario tener indicadores que establezcan que deben hacer las empresas para reportar la forma de su funcionamiento, el trato a los grupos de interés en cuanto a la sostenibilidad en el tiempo, los indicadores que se deben tener en cuenta en las empresas son incorporar variables ambientales y sociales para garantizar la supervivencia de la empresa a mediano o un largo plazo, ya que, las personas tanto quienes laboran y los clientes exigen que las empresas tengan en cuenta indicadores que conlleve al crecimiento y el desarrollo del ser humano, también el de la sociedad y medio ambiente, que deben ser perdurables para las generaciones futuras, lo que se haga en la empresa debe tener un equilibrio que no perjudique a los grupos de interés y este a su vez tenga una imagen, haciendo una empresa exitosa. (p.114)

(Torres Valdez , 2016) señala que, los indicadores del desarrollo humano sostenible en las empresas debe definir su bienestar, ampliar sus oportunidades en la sociedad para tener una calidad de vida que se asaludable para ellos y sus familias, otro indiccador que se debe tener en cuenta es que no solo se debe tener en cuenta el ingreso economico que recibe el colaborador, sino ver que las empresas tengan en cuenta el de desarrollar proyectos de condicines saludables de vida. Por otro lado esta el indicador de la salur y la educacion que cada uno de los colaboradores y los grupos

de interés quienes están relacionados indirectamente con las empresas deben confiar en que las empresas venden alimentos saludables, además, el desarrollo humano sostenible deben gozar de capacitaciones, calidad de vida, recreación, la libertad de expresarse, los directivos de las empresas deben tener en cuenta en los objetivos de cada mes cuáles son los indicadores que deben cumplir en cuanto a mejorar la calidad de vida de sus colaboradores, pero también tener en cuenta a los clientes quienes son los que hacen que las empresas tengan éxito o dejen de existir en el tiempo.

(Muñoz Arce, 2004) asevera que, los indicadores que deben tener en cuenta las empresas en cuanto al desarrollo humano sostenible, es impulsar procesos de desarrollo que satisfagan las necesidades de todos los grupos de interés, es decir de los colaboradores, de los ciudadanos y otros agentes, otro indicador es el fomento de la participación en las decisiones, también está la creatividad social, por otro lado los directivos deben tener en cuenta que la autonomía en las políticas, como el empoderamiento de las personas es un indicador fundamental para la tolerancia de la diversidad de las diferentes identidades que existe en nuestro país.

Además, los indicadores de desarrollo humano sostenible en las empresas deben estar considerados dentro de los objetivos que se vayan a cumplir en un plazo determinado, se debe tener en cuenta en este punto que las empresas no pueden afectar el ecosistema, lo social y lo económico de la sociedad, uno de los indicadores que se viene luchando día a día es la no discriminación a las mujeres, la integración en el trabajo de todas aquellas mujeres que buscan mejoras para su familia y la sociedad es un indicador fundamental que se debe trabajar en las organizaciones actualmente, pero también en los entes públicos, ya que son ellos quienes hacen las políticas de estado y gestiona todo lo referente a las empresas y el desarrollo de la ciudad, en este

caso se debe eliminar el machismo que siempre ha perseguido a las feminas por el bajo salario y el no permitir el desarrollo de valores comunitarios y la igual entre hombres y mujeres.

2.2.10. La golabalización empresarial en el desarrollo humano sostenible de las empresas

(González Cruz , 2009) señala que, la globalizacion empresarial en el desarrollo humano sostenible ha conllevado a las empresas a extender modelos productivos, pero este modelo ha llevado a una serie de problemas incrementando la desigualdad, los que fomentaron este tipo de globalizacion fueron el Fondo Monetario Internacional, Organización Mundial del Comercio y el Banco Mundial, a nivel proletariado la desigualdad en los diferentes regiones de los paises en el mundo tienden a tener un proceso de homogenización, esto conlleva ala estandarización sin tener en cuenta la diferenciación que existe entre los paises y su gente, por otro lado,la tecnologia en las empresas tiene efectos negativos, claro sin desmerecer los beneficios que genera para las organizaciones claro esta, sin embargo, en America Latina la tecnologia provoca mayor dependencia en la economia.

El autor ademas menciona que, la globalizacion en las empresas ha conllevado al desarrollo humano sostenible a no ser establecer indicadores porque mucho se ve mucho el tema economico en todos los lugares, llamado por muchos auores escala humana, porque la gente comienza a valorar todo lo que lo distingue del otro, pero tambien esta la recuperacion de sus tradiciones, rescatan los recuerdos que hicieron historia en sus vidas, etc. Las empresas deben tener en cuenta que el tener acceso a la tecnologia ha dado lugar a las personas que sea mucho más valorada que sus propias costumbres, las organizaciones deben tener en cuenta que los grupo de interes deben tener una calidad de vida no solo en su ambiente, sino de manera globalizada, llegando a tener comunicación

y posibilidad de acceso global, al igual que las empresas tienen competitividad global, obteniendo ganancias no solo de la localidad donde se encuentra sino del mundo en general. (p.7-8)

(Ginebra, 2013) asume que, los desafíos de la globalización en el desarrollo humano sostenible afecta directamente a las empresas, por lo que hacen uso intensivo de algunos recursos que son usados para la fabricación de los productos que venden, la fuerza de trabajo en muchos países se ha perdido mucha mano de obra por la automatización en los procesos que se hacían en las empresas, los colaboradores han ido perdiendo sus trabajos por la tecnología que es globalizada, sin embargo también está el efecto que causan las empresas en cuanto al medio ambiente, la sociedad y la economía en los seres humanos por los efectos invernaderos, el caso es que el reducir el costo de la mano de obra ha dado lugar al incremento de desempleo en el mundo, la productividad en muchas empresas ha aumentado porque tienen como lema el cuidado del medio ambiente, la inserción laboral sin discriminación alguna, la economía sostenible y la responsabilidad social, sin embargo, la tecnología tiene como se ha dicho sus beneficios, pero también tiene efectos que deben ser controlados y no perjudiciales para la sociedad, el medio ambiente y la economía de los grupos de interés a nivel mundial. (p. 17-18)

2.2.11. Modelo de trabajo en las empresas en el desarrollo humano sostenible

(Perez Ojeda & García Bueno , 2019) aseveran que, el modelo de trabajo de las empresas debe ser un modelo decente, que conlleve al desarrollo total del colaborador siendo este sostenible en el tiempo, las brechas sociales deben impulsar al desarrollo humano sostenible del colaborador, lograr que toda persona logre niveles de trabajo que van acorde a sus capacidades en las diferentes áreas, sin importar la raza o sexo, generando bienestar para el colaborador y su familia, su

crecimiento económico debe ser sostenible en el tiempo, lo social y lo ambiental deben estar en la agenda de la empresa para que sea mejor la calidad de vida no solo del colaborador sino de la sociedad en común, de esa manera se impulsa desde lo micro a lo macro para que se les permita tener a todos una sociedad que no excluyente, sino que se basa en la inclusión de todos y para todos, la garantía del ser humano debe ser sostenible, lo que disfrutan las generaciones de ahora deben ser sostenibles en el tiempo, como la libertad humana, de elegir en donde trabajar y obtener cada día más conocimientos. (p.17)

(Ginebra, 2013) considera que, el modelo de trabajo en las empresas deben estar combinadas con políticas que deben estar basadas por mercados y los reglamentos que se impulse al colaborador a ser mejor cada día en su campo laboral, el empoderamiento es una de las herramientas que deben utilizar los empresarios para conllevar un modelo de autonomía que los colaboradores quieran a su trabajo como si fuera la empresa de ellos, se debe crear en las organizaciones nuevos ambientes de trabajo como un clima laboral favorable, teniendo en cuenta claro está el cuidado del medio ambiente, los colaboradores deben ser concientizados en temas no solo ambientales, sino en temas sociales que la ayuda humanitaria es importante para sobrevivir en una sociedad que cada día es menos humana, por ende, los directivos deben capacitar con una buena responsabilidad social empresarial a todos los colaboradores y mostrando a los clientes que la empresa lucha por tener un mejor ambiente de trabajo, mejora del medio ambiente, en lo social se preocupan por generar empleo, mejorar la calidad de vida, la inclusión y sobre todo en lo económico que será sostenible en el tiempo, siendo estos tres factores fundamentales para un modelo de trabajo de equidad e igual. (p.14)

(Osorio Tabares , 2017) señala que, los modelos de trabajo en las empresas deben estar basadas en respetar los derechos humanos que son los más fundamentales en el ser humano,

buscando la generacion de valor soocial, economico y tambien lo ambiental, el compromiso de las empresas debe estar en el respeto, proteccion de los derechos de los colaboradores y tambien de las personas que estan relacionadas directas o indirectamente con la empresa, ademas, crear programas que sean implementadas las tecnologias para que logren capacidades que conlleve a la mejora continua de sus capacidades, sean valorados en su trabajo, asendiendo de puestos por merito propio, se debe buscar tambien un modelo que fomente el emprendimiento de las personas dentro de la comunidad, hacer proyectos de inversion pública que conlleve a la mejora de la sociedad, la participacion en la toma de decisiones de la empresa, los colaboradores no deben ser discriminados, todos deben tener derecho a dar su opinion y sobre todo no hacer deferenciacion alguna por ningun motivo.

2.3. Bases filosóficas

Cuando hablamos de filosofía hablamos del porque se hacen las cosas, del porque suceden y por qué decir lo que se dice, en cuanto a las variables de estudio que están siendo investigadas podemos abordar una filosofía que es empresarial y de desarrollo humano sostenible en cuanto a esto los siguientes autores señalan que:

(Marzá , 2004) asume que, la responsabilidad social empresarial se considera como una actitud de los directivos, colaboradores y grupos de interés, el comportamiento en la gestión con bases que deben ser filosóficas, estas no deben ser complejas o lineales ya que, estamos en una época globalizada que cada día cambia todo, nada es estático rápidamente todo está cambiando y la tecnología cada día se hace más inteligente, se debe dar una participación activa de los colaboradores en temas sociales, ambientales y lo económico, para conservar y proteger el medio ambiente, como sabemos que de la naturaleza en su mayoría se saca la materia prima que es usada

en la producción de bienes o para ofrecer un servicio, teniendo en cuenta claro está la sostenibilidad en el tiempo que todo lo que se haga sea teniendo en cuenta las generaciones futuras se debe tener en cuenta la nueva filosofía que la busca un modelo de búsqueda de un bien común para todos. En cuanto al desarrollo humano sostenible el autor.

(Morán Seminario , 2018) considera que, el desarrollo humano sostenible ha servido para los seres humanos para conocer que los conceptos que se ha dado o que han dado los diversos autores son se dan importancia a los pobres y a los países que están en vías de desarrollo y no han superado la pobreza en su población, entonces si hablamos de desarrollo humano sostenible al menos se debe incluir a todos sin distinción alguna, sin embargo, se da que se satisfacen solo las necesidades de quienes han creado un desarrollo humano sostenible para beneficio de ellos, ya que, se requiere un análisis histórico en cuanto el desarrollo humano y el medio ambiente, los temas económicos, lo social, si hablamos de temas económicos por ejemplo, hasta ahora no se ha dado una equidad que sea beneficio para todos, muchos hablan de la igualdad, pero pensemos un poco, la igual es dar a todos por igual, eso quiere decir que los que tienen menos siempre seguirán siendo pobres y los que no siempre seguir siendo ricos e incluso mucho más de lo que son ahora, entonces la filosofía del desarrollo humano sostenible radica en porque hacemos lo que hacemos y por qué se hace de manera aislada a muchos que están en una pobreza extrema que ha conllevado a la crecer la delincuencia, el matarse unos a otros, es decir el dinero ha pasado a ser el factor más importante en vez que sea la vida de un ser humano, si hablamos de lo ambiental muchos no creen que la filosofía del respecto hacia el cuidado sea verdadero, porque se ve que ahora todo se vende embolsado en vasijas de plástico que algunos o algunos pocos dan prioridad a que se cuide el medio ambiente y en lo social ni que hablar los seres humanos muchas veces solo piensan en su bienestar, no piensan en la ayuda al prójimo ese prójimo que no debería vivir así, teniendo claro el desarrollo

humano sostenible según la teoría. Por otro lado, el crecimiento industrial debe estar orientado a cubrir las necesidades del ser humano, se debe dar un desarrollo humano verdadero, teniendo en cuenta que todo lo que haga no afecte a la población y sea sostenible en el tiempo.

2.4. Definición de términos básicos

a. Responsabilidad social empresarial

(Ruiz Raúl, 2018) considera que, es un valor que deben tener las empresas manteniendo viva el crecimiento sin perder de vista claro está la equidad y la justicia en los grupos de interés, además contribuir de los impuestos la mejora de la sociedad donde la empresa se encuentra establecida.

b. Desarrollo humano sostenible

(Torey , 2014) sostiene que, es avanzar simultáneamente en los factores que son fundamentales para el desarrollo humano, siendo este sostenible, debiéndose tener en cuenta lo económico, lo humano, lo ambiental, lo institucional que es importante para el ser humano y la tecnología que va conllevar ser humano a estar más informado de lo que pasa en el mundo, además de tener en cuenta que tener capacidad en temas de tecnología hacen que el colaborador tenga un nivel diferente en el área donde se desempeña.

c. Aspecto social

(Yuliani , 2010) señala que, es una dimensión en la que se encuentra implícitamente el concepto de equidad, del cual son la equidad en la intergeneracional, la equidad

intergeneracional y la equidad que los países deben tener en cuenta para no contener atropellos con los derechos de todo tipo con los países que están en vía de desarrollo.

d. Aspecto económico

(Fernandez Garcia , 2010) considera que, es una distribución de los recursos naturales, teniendo en cuenta el mantenimiento de equilibrio que debe haber entre las fuerzas industriales y el medio ambiente, ya que es de la naturaleza donde se saca en su mayoría la materia prima para ofrecer los servicios o un producto.

e. Aspecto ambiental

(Aleman & Piña , 2015) aseveran que, es el que presenta un mayor interés por el deterioro del medio ambiente y de la sostenibilidad en todo lo que son los recursos naturales, generando pobreza en los países del mundo, más aún ahora que la globalización ha hecho que la contaminación ambiente afecte al aspecto ambiental, en caso de las empresas deben tener en cuenta que los colaboradores estén capacitados, se gestione los temas ambientales y se cumplan.

2.5. Formulación de la hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

La responsabilidad social empresarial influye significativamente en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.

2.5.2. Hipótesis específico

- a. La responsabilidad social empresarial repercute de modo directo en el aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.
- b. La responsabilidad social empresarial incide de manera significativa en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.
- c. La responsabilidad social empresarial influye de modo significativo en el aspecto ambiente de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.



2.6. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente Responsabilidad social empresarial	Transparencia informativa	Informar a la sociedad Pronunciar la legitimidad su actuación Conducta responsable
	Grupos de interés	Internos Externos
	Beneficio mutuo	Proceso justo Resolución de problemas en conjunto Transparencia confianza
Variable dependiente Desarrollo humano sostenible	Aspecto Social	satisfacción respeto a los derechos desarrollo personal
	Aspecto Económico	Remuneración justa Bienestar económico Crecimiento económico sostenible
	Aspecto Ambiental	Reciclar Preservación Uso adecuado de los recursos naturales Gestión ambiental

Fuente: (Bino Raya , 2014)

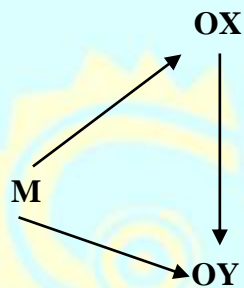
CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1. Diseño metodológico

En el presente estudio se empleará el diseño no experimental trasaccional y explicativo que es una relación de causa y efecto.

Diseño no experimental, trasaccional



Donde:

M = Representa la Muestra

V1 = Variable: Responsabilidad social empresarial

V1= Variable: Desarrollo humano sostenible

3.1.1. Tipo de investigación

según el periodo en la que se va investigar es transversal, en cuanto a la temporalidad es una investigación del presente, según al aporte al conocimiento es una investigación aplicada, ya que se podrá aplicar las recomendaciones que se darán en el presente estudio para que la empresa haga una buena gestión empresarial responsable socialmente.

3.1.2. Enfoque

El enfoque cualitativo de causa y efecto.

3.2. Población y muestra de la investigación

3.2.1 Población

La presente investigación tiene una población de 110 colaboradores del Super mercado Tottus de la ciudad de Huacho.

3.2.2 Muestra

La muestra está conformada por 110 colaboradores, no fue necesario usar la formula, ya que, la población es la misma que la muestra, como investigador creo que por el requisito de la significatividad.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas a emplear

La técnica de la encuesta será utilizada para esta investigación.

3.3.2. Descripción del instrumento

En el presente estudio se utilizará el cuestionario de encuesta, el cual servirá para recolectar los datos necesarios para la investigación.

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información

Se hará uso del software SPS 25 para el procesamiento de la información y contrastar las hipótesis.



CAPITULO IV

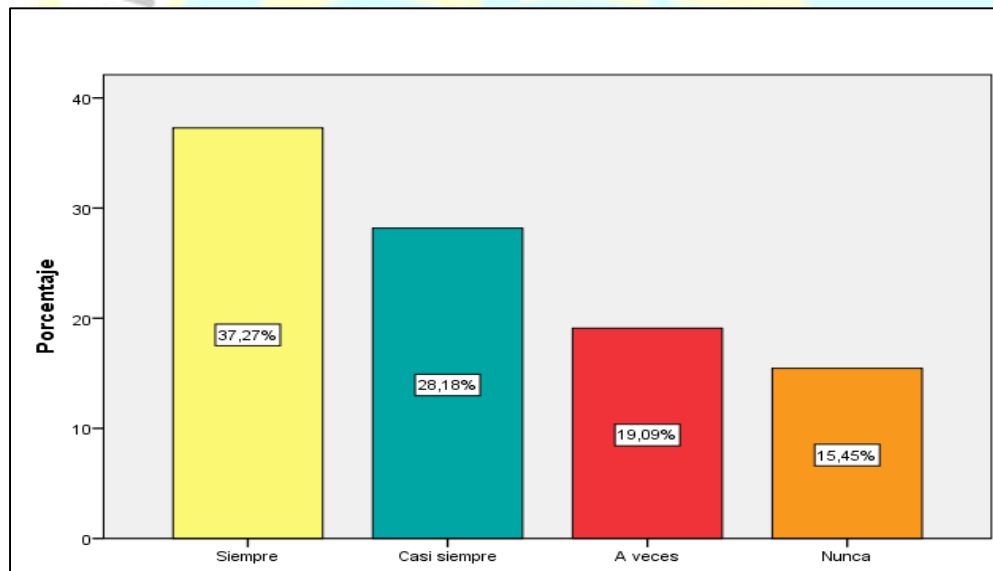
RESULTADO

4.1. Análisis de resultados

Tabla N°1

Frecuencia en que la empresa informa a la sociedad de sus actividades que realiza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	41	37,3	37,3	37,3
	Casi siempre	31	28,2	28,2	65,5
	A veces	21	19,1	19,1	84,5
	Nunca	17	15,5	15,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	



frecuencia en que la empresa informa a la sociedad de sus actividades que realiza

En la figura N° 1: Observamos que la el 37, 3% de encuestados señalan que siempre la empresa informa sobre las actividades que realiza, el 28, 2% menciona que casi siempre lo hace, el 19,1% consideran que a veces informan a la sociedad de las actividades, asimismo el 15, 5% aseveran que la empresa nunca informa a la sociedad las actividades que realizan.

Tabla N° 2

Frecuencia en que la empresa pronuncia la legitimidad de su actuación ante la sociedad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	44,5	44,5	44,5
	Casi siempre	26	23,6	23,6	68,2
	A veces	17	15,5	15,5	83,6
	Nunca	18	16,4	16,4	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

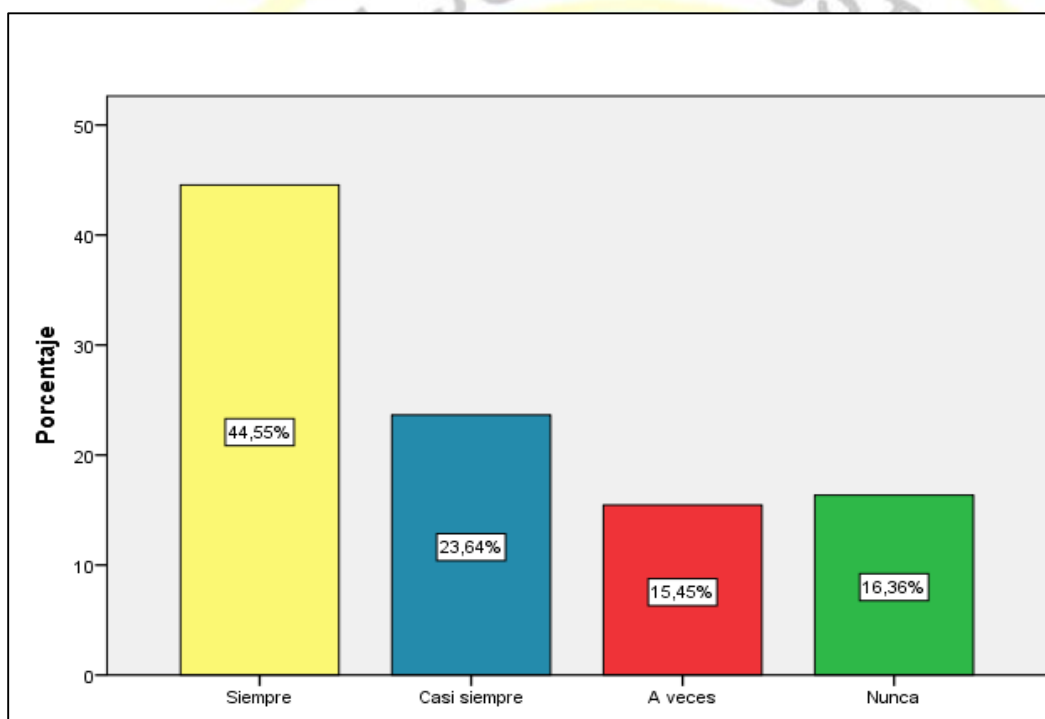


Figura 1

Figura 2.: Frecuencia en que la empresa pronuncia la legitimidad de su actuación ante la sociedad

En la figura N° 2: Podemos observar que el 44,5% menciona que siempre la empresa Tottus se pronuncia sobre la legitimidad de su actuar ante la sociedad, por otro lado, el 23,6% señalan que casi siempre lo hacen, asimismo el 15,5% considera que a veces se pronuncia sobre su actuar ante la sociedad y el 16,4% señala que la empresa nunca se pronuncia sobre su actuar ante la sociedad

Tabla N° 3

Frecuencia en la que la empresa muestra una conducta responsable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	48	43,6	43,6	43,6
	Casi siempre	27	24,5	24,5	68,2
	A veces	19	17,3	17,3	85,5
	Nunca	16	14,5	14,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

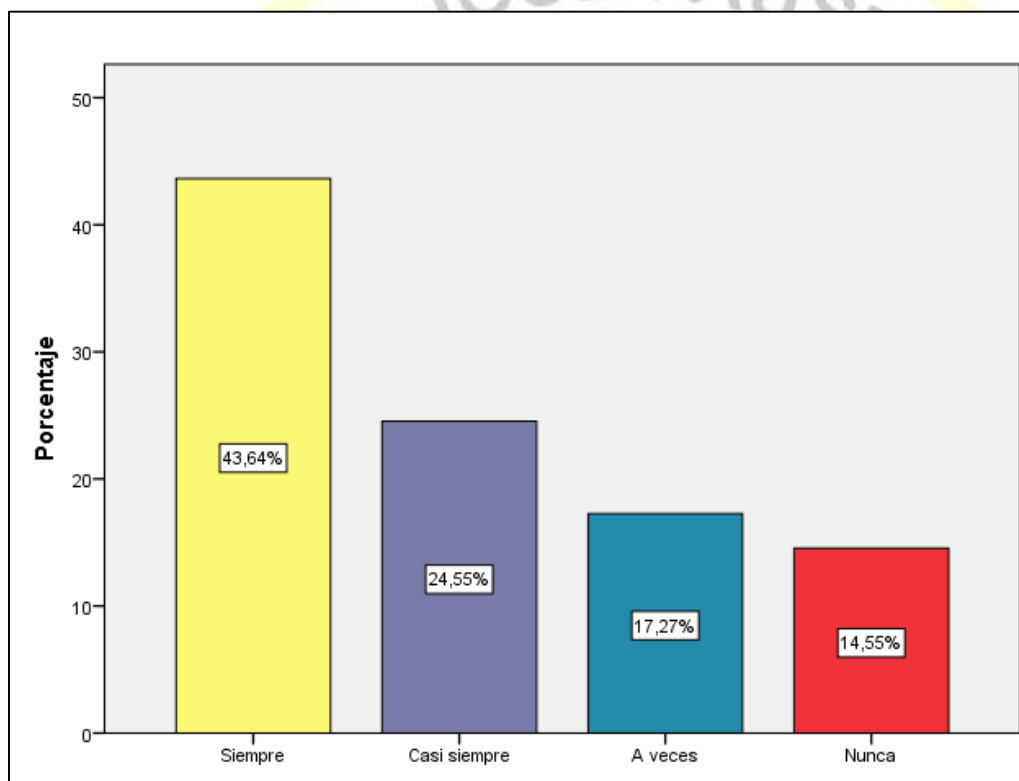


Figura 3: Frecuencia en la que la empresa muestra una conducta responsable

En la figura N°3: Podemos observar que el 43,6% de encuestados consideran que siempre la empresa muestra una conducta responsable, asimismo el 24,5% señala que casi siempre, por otro lado, el 17,3% aseveran que a veces lo hacen y el 14,5% menciona que nunca la empresa muestra una conducta responsable.

Tabla N° 4

Responsabilidad social empresarial dirigido a los grupos de interés internos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	44,5	44,5	44,5
	Casi siempre	27	24,5	24,5	69,1
	A veces	20	18,2	18,2	87,3
	Nunca	14	12,7	12,7	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

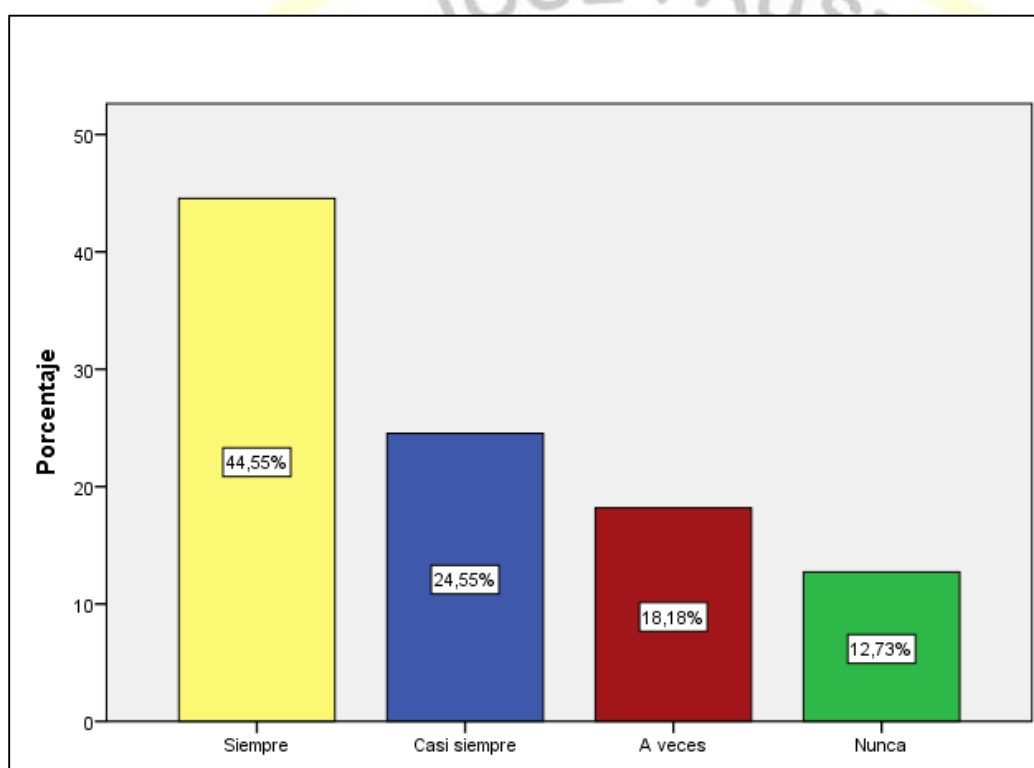


Figura 4: Responsabilidad social empresarial dirigido a los grupos de interés internos

En la figura N° 4: Podemos observar que un 44,5% señalan que siempre la responsabilidad social empresarial está dirigido a los grupos de interés internos, el 24,5% considera que casi siempre lo hacen, asimismo el 18,2% menciona que a veces lo hace y el 12,7% consideran que nunca la empresa dirige la responsabilidad social a los grupos de interés internos.

Tabla: N° 5

Frecuencia en la que Gestión de la responsabilidad social piensa en los grupos de interés externos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	58	52,7	52,7	52,7
	Casi siempre	22	20,0	20,0	72,7
	A veces	15	13,6	13,6	86,4
	Nunca	15	13,6	13,6	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

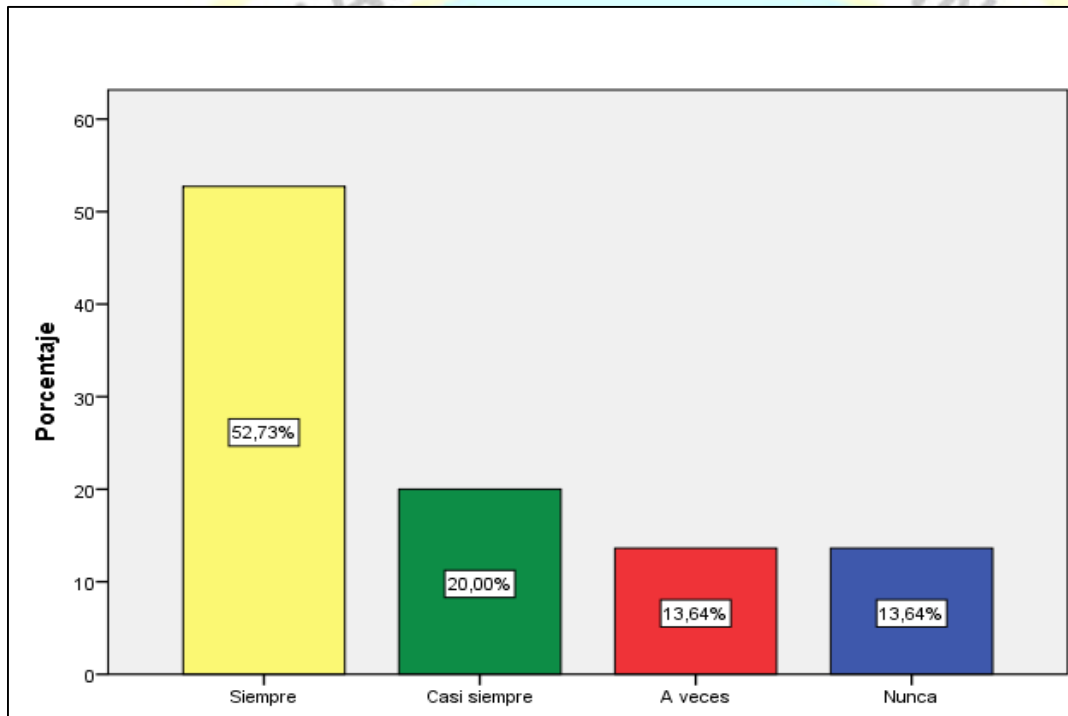


Figura 5: Frecuencia en la que Gestión de la responsabilidad social piensa en los grupos de interés externos

En la figura N° 5: Podemos observar que el 52,7% menciona que siempre la empresa gestiona la responsabilidad social pensando en los grupos de interés externos, el 20,0% señala que casi siempre lo hace, asimismo el 13,6% considera que a veces la gestión de responsabilidad social está dirigido a los grupos de interés externos y el 13,6% asevera que la empresa nunca gestiona responsabilidad social a los grupos externos.

Tabla N° 6

Frecuencia en la que los colaboradores participan en la resolución de problemas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	62	56,4	56,4	56,4
	Casi siempre	19	17,3	17,3	73,6
	A veces	18	16,4	16,4	90,0
	Nunca	11	10,0	10,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

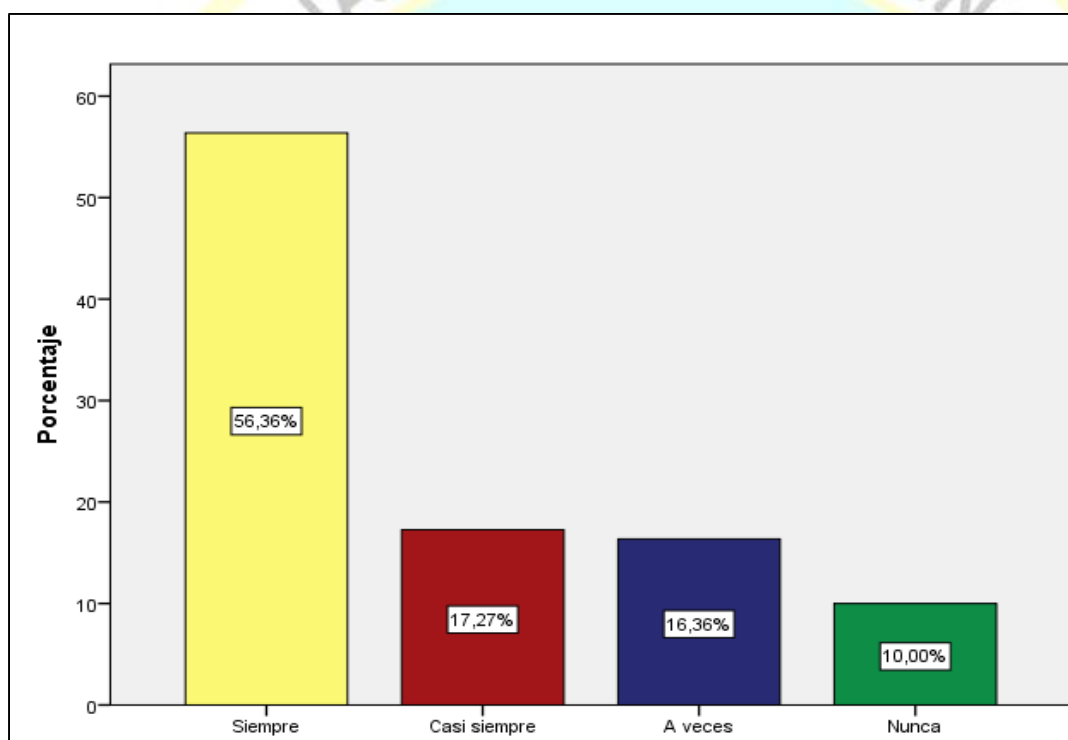


Figura 2

Figura 6: Frecuencia en la que los colaboradores participan en la resolución de problemas

En la figura N° 6: Podemos observar que el 56,4% señalan que siempre los colaboradores participan en la resolución de problemas, el 17,3% consideran que casi siempre lo hacen, asimismo el 16,4% mencionan que a veces los colaboradores participan y el 10,0% asevera que nunca los colaboradores participan en la resolución de problemas.

Tabla N° 7

Frecuencia de transparencia de la empresa ante los colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	56	50,9	50,9	50,9
	Casi siempre	22	20,0	20,0	70,9
	A veces	21	19,1	19,1	90,0
	Nunca	11	10,0	10,0	100,0
Total		110	100,0	100,0	

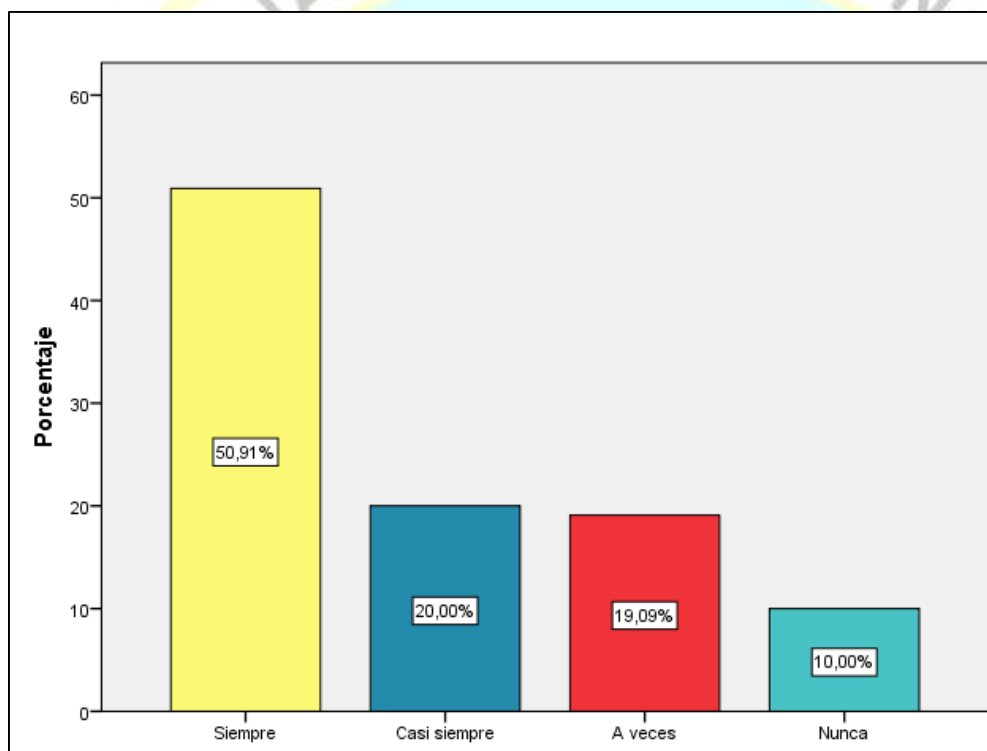


Figura 7: Frecuencia de transparencia de la empresa ante los colaboradores

En la figura N°7: podemos observar que el 50,9% considera que siempre se da la transparencia de la empresa ante los colaboradores, el 20,0% señala que casi siempre lo hacen, asimismo el 19,1% asevera que a veces la transparencia de la empresa se da ante los colaboradores y el 10,0% menciona que la empresa nunca muestra transparencia ante los colaboradores.

Tabla N° 8

Frecuencia en la que los directivos fomentan la confianza entre todos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	69	62,7	62,7	62,7
	Casi siempre	21	19,1	19,1	81,8
	A veces	14	12,7	12,7	94,5
	Nunca	6	5,5	5,5	100,0
Total		110	100,0	100,0	

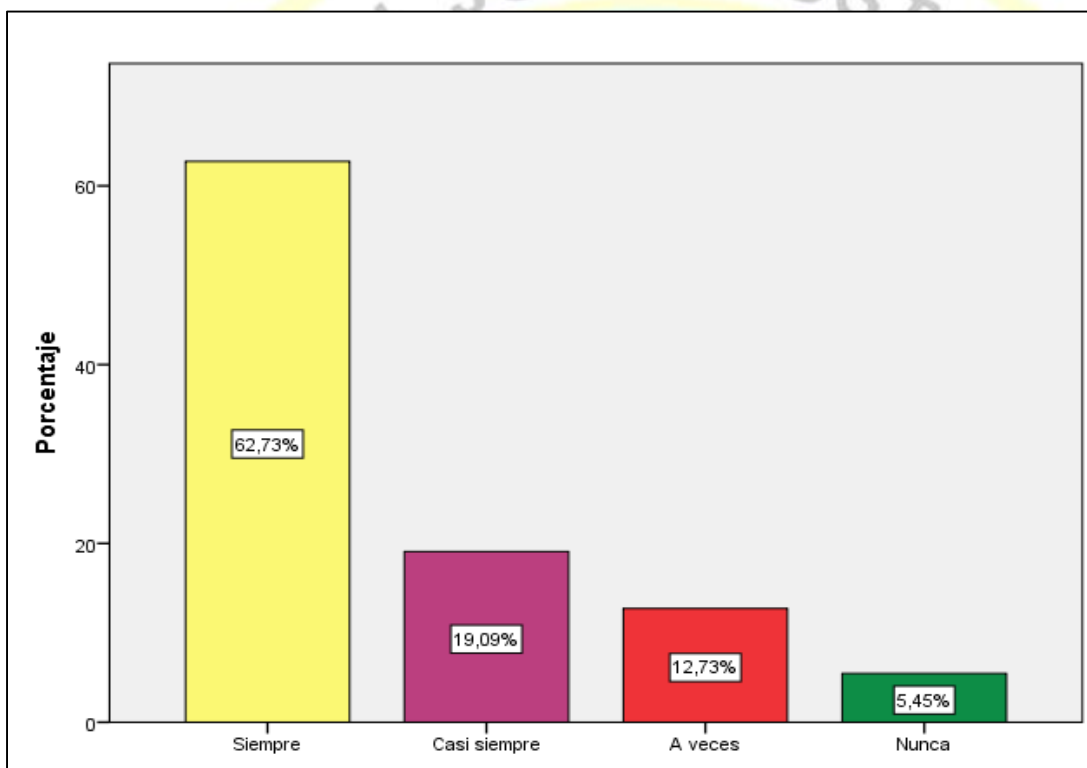


Figura 3

Figura 8: Frecuencia en la que los directivos fomentan la confianza entre todos

En la figura N°8: Podemos observar que el 62,7% de encuestados menciona que siempre los directivos fomentan la confianza ante todos, el 19,1% señala que casi siempre lo hacen, asimismo el 12,7% considera que solo a veces lo hacen y el 5,5% asevera que los directivos nunca fomentan la confianza ante todos los colaboradores.

Tabla N° 9

La satisfacción laboral de los colaboradores es uno de los factores imprescindibles para los directivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	44,5	44,5	44,5
	Casi siempre	33	30,0	30,0	74,5
	A veces	16	14,5	14,5	89,1
	Nunca	12	10,9	10,9	100,0
Total		110	100,0	100,0	

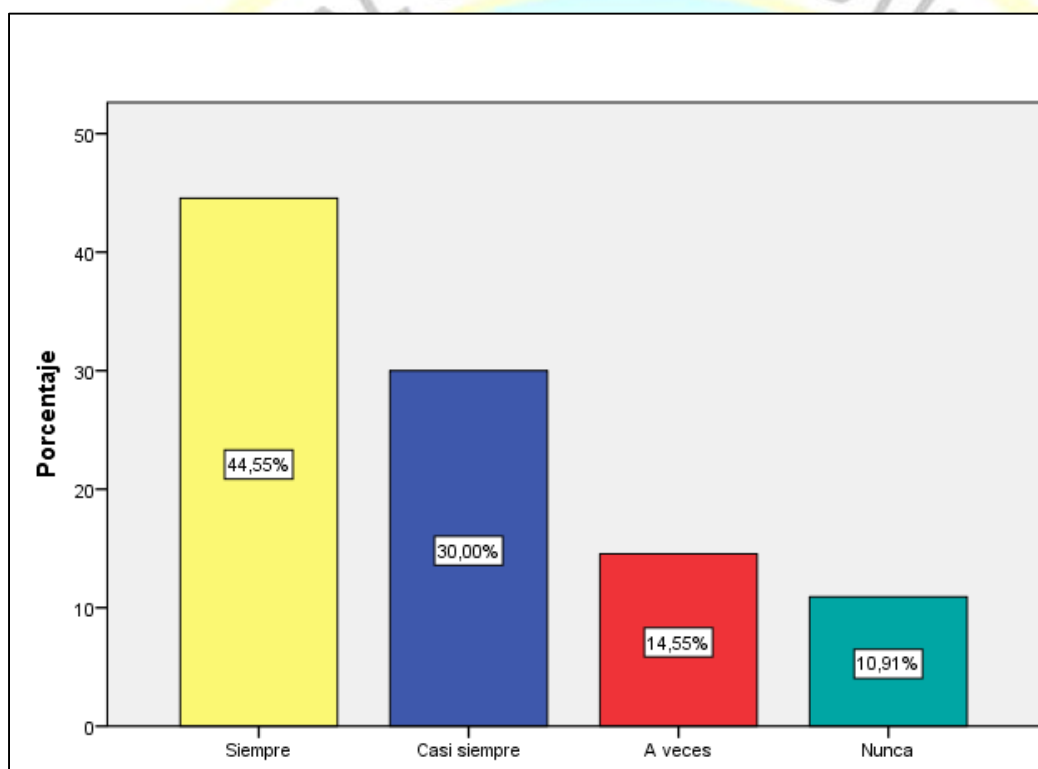


Figura 9: La satisfacción laboral de los colaboradores es uno de los factores imprescindibles para los directivos

En la figura N° 9: Podemos observar que el 44,5% de encuestados aseveran que siempre la satisfacción laboral de los colaboradores es un factor imprescindible para los directivos de la empresa, el 30,0% señalan que casi siempre lo es, asimismo el 14,5% mencionan que a veces es un factor imprescindible y el 10,9% consideran que nunca consideran la satisfacción laboral como un factor imprescindible.

Tabla N° 10

Frecuencia en que considera Usted que se respetan los derechos humanos de los colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	66	60,0	60,0	60,0
	Casi siempre	23	20,9	20,9	80,9
	A veces	10	9,1	9,1	90,0
	Nunca	11	10,0	10,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

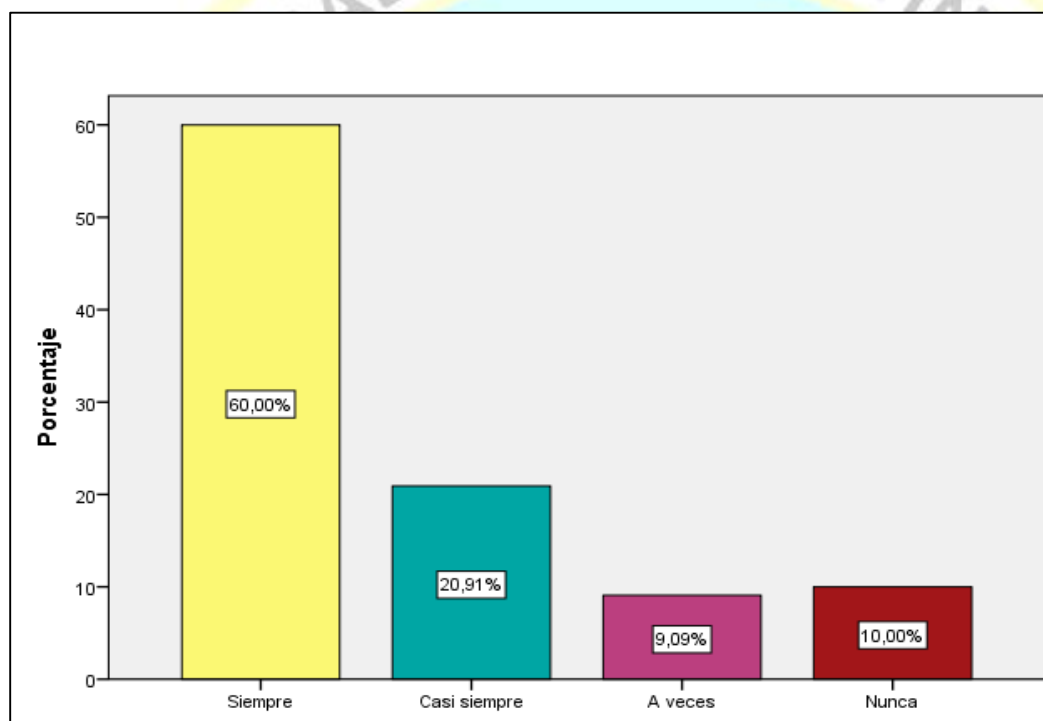


Figura 10: Frecuencia en que considera Usted que se respetan los derechos humanos de los colaboradores

En la figura N° 10: Podemos observar que un 60,0% de encuestados consideran que siempre se respetan los derechos de los colaboradores, el 20,9% asevera que casi siempre se respetan, asimismo el 9,0% menciona que a veces se respetan los derechos del colaborador y el 10,0% considera que la empresa nunca respeta los derechos humanos de los colaboradores.

Tabla N° 11

El desarrollo personal de los colaboradores con que frecuencia es parte de los objetivos de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	57	51,8	51,8	51,8
	Casi siempre	26	23,6	23,6	75,5
	A veces	16	14,5	14,5	90,0
	Nunca	11	10,0	10,0	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

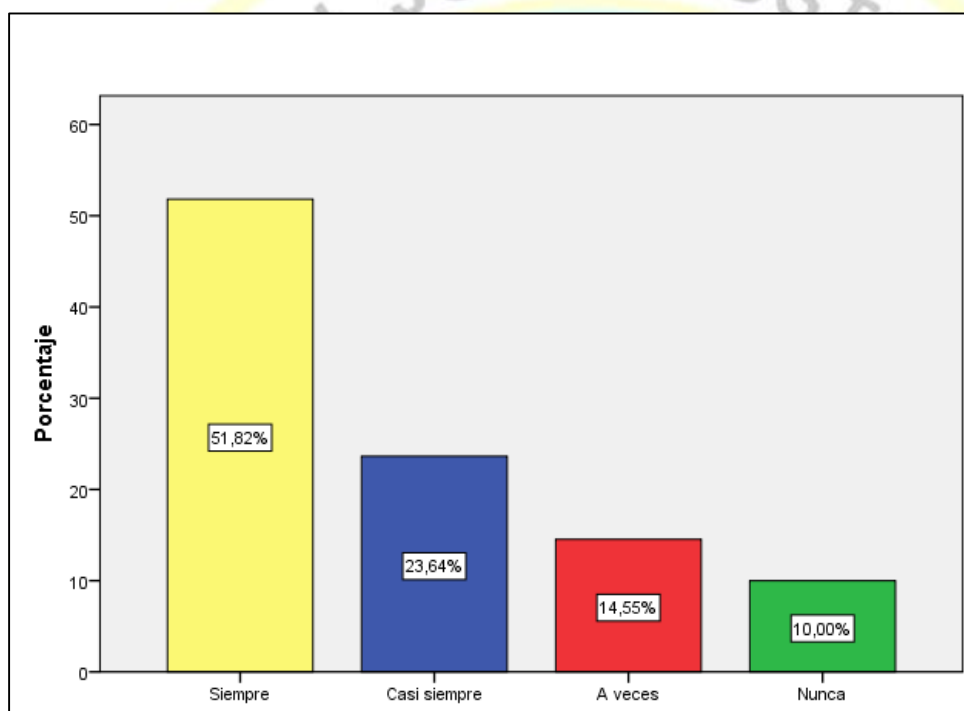


Figura 11: El desarrollo personal de los colaboradores con que frecuencia es parte de los objetivos de la empresa

En la figura N°11: Podemos observar que un 51,8% de encuestados menciona que siempre el desarrollo personal de los trabajadores es parte de los objetivos de la empresa, el 23,6% señala que casi siempre son parte, asimismo el 14,5% considera que solo a veces son parte de los objetivos y el 10,0% asevera que la empresa nunca el desarrollo personal de los colaboradores es parte de sus objetivos.

Tabla N° 12

La remuneración que recibe es justa y conlleva a que su economía sea sostenible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	48	43,6	43,6	43,6
	Casi siempre	22	20,0	20,0	63,6
	A veces	26	23,6	23,6	87,3
	Nunca	14	12,7	12,7	100,0
Total		110	100,0	100,0	

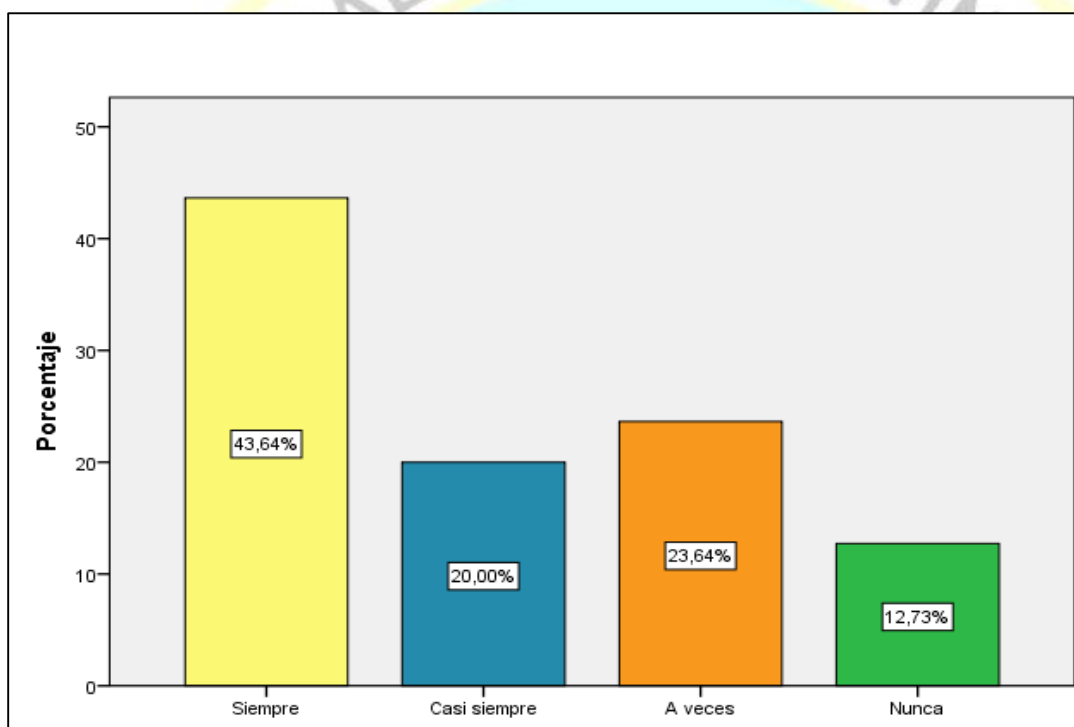


Figura 12: La remuneración que recibe es justa y conlleva a que su economía sea sostenible

En la figura N°12: Podemos observar que un 43,6% de los colaboradores encuestados señalan que siempre las remuneraciones son justas y conlleva a que la economía sea sostenible, el 20,0% la que casi siempre la remuneración es justa y sostenible, asimismo el 23,6% considera que a veces lo hacen y el 12,7% aseveran que nunca la remuneración de los colaboradores es justa y sostenible.

Tabla N°13

Frecuencia en la que la empresa brinda un bienestar económico que sea sostenible en el tiempo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	58	52,7	52,7	52,7
	Casi siempre	26	23,6	23,6	76,4
	A veces	10	9,1	9,1	85,5
	Nunca	16	14,5	14,5	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

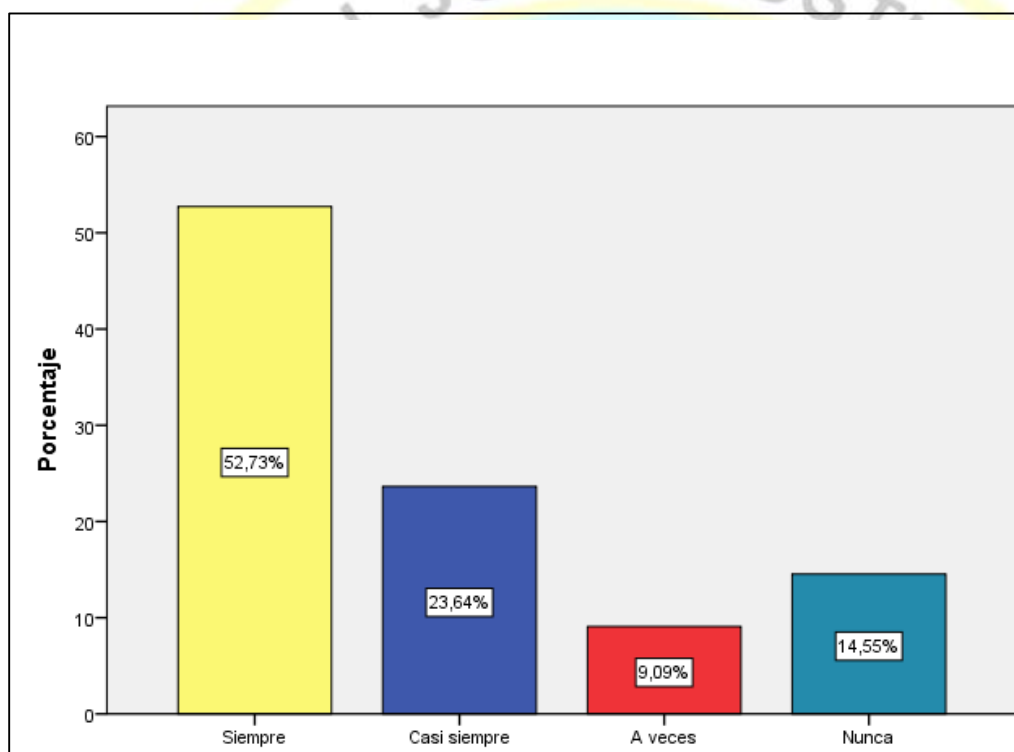


Figura 13: Frecuencia en la que la empresa brinda un bienestar económico que sea sostenible en el tiempo

En la figura N° 13: Podemos observar que un 52,7 de encuestados mencionan que siempre la empresa brinda un bienestar económico sostenible en el tiempo, el 23,6% señala que casi siempre brindan, asimismo el 9,1% considera que a veces brindan bienestar económico y el 14,5% asevera que la empresa nunca brinda un bienestar económico.

Tabla N° 14

El crecimiento económico del colaborador es sostenible para él y los grupos de interés

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	74	67,3	67,3	67,3
	Casi siempre	11	10,0	10,0	77,3
	A veces	13	11,8	11,8	89,1
	Nunca	12	10,9	10,9	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

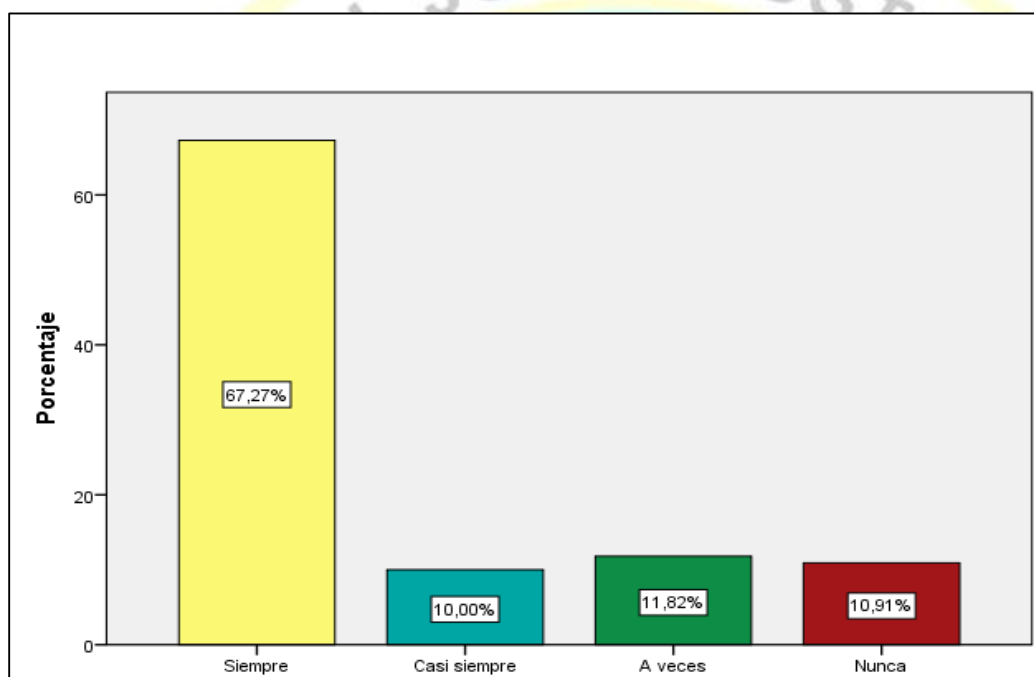


Figura 14: El crecimiento económico del colaborador es sostenible para él y los grupos de interés

En la figura 14: Podemos observar que un 67,3% de encuestados señala que siempre el crecimiento económico del colaborador es sostenible para él y los grupos de interés, por otro lado, el 10,0% consideran que casi siempre lo económico es sostenible, asimismo el 11,8% mencionan que a veces es sostenible para los colaboradores y los grupos de interés y el 10,9% menciona que nunca es sostenible para los colaboradores y los grupos de interés.

Tabla N°15

Frecuencia en la que se concientiza en temas de reciclaje en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	68	61,8	61,8	61,8
	Casi siempre	21	19,1	19,1	80,9
	A veces	13	11,8	11,8	92,7
	Nunca	8	7,3	7,3	100,0
Total		110	100,0	100,0	

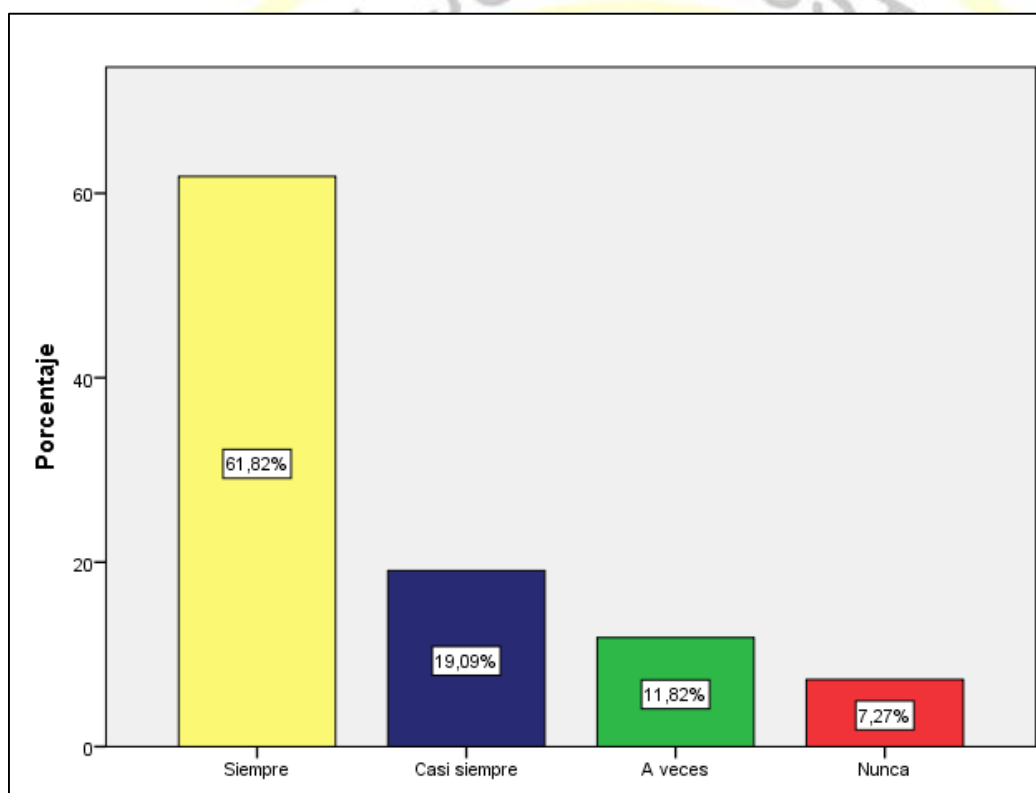


Figura 15: Frecuencia en la que se concientiza en temas de reciclaje en la empresa

En la figura N° 15: podemos observar que el 61,8% de encuestados menciona que siempre se concientiza en temas de reciclaje, el 19,1% considera que casi siempre lo hacen, asimismo un 11,8% asevera que a veces la empresa concientiza y el 7,3% menciona que nunca concientizan en temas de reciclaje a los colaboradores.

Tabla N° 16

Frecuencia en la que la preservación del medio ambiente la empresa tiene objetivos concretos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	56	50,9	50,9	50,9
	Casi siempre	30	27,3	27,3	78,2
	A veces	10	9,1	9,1	87,3
	Nunca	14	12,7	12,7	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

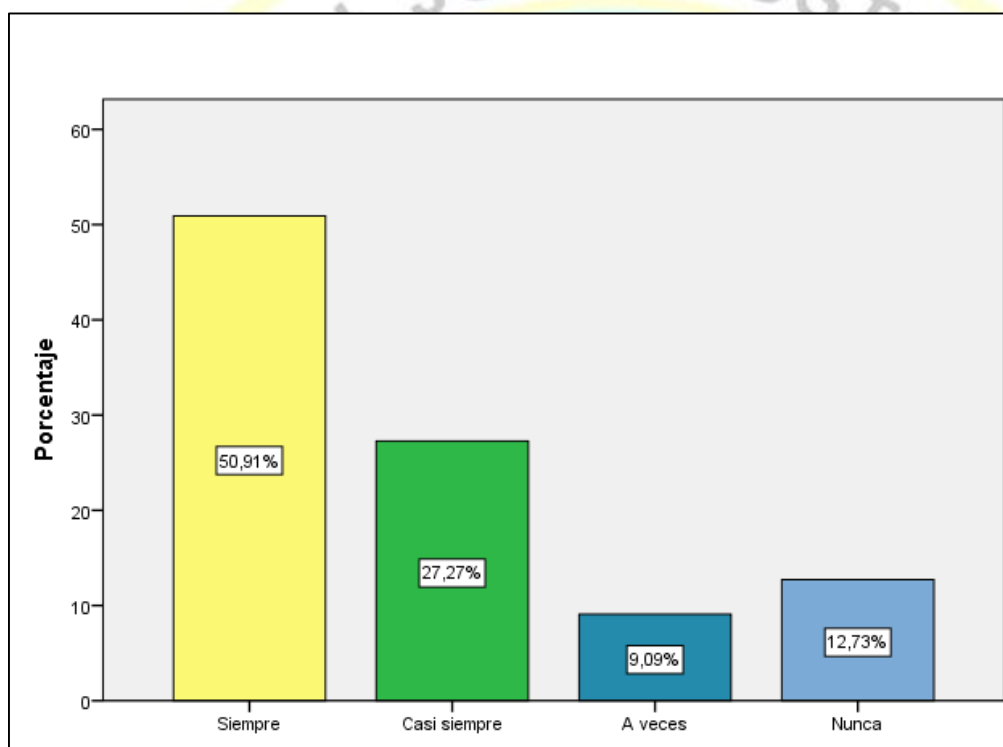


Figura 16: Frecuencia en la que la preservación del medio ambiente la empresa tiene objetivos concretos

En la figura N°16: Podemos observar que un 50,9% de encuestados mencionan que siempre la preservación ambiental es parte de los objetivos concretos, un 27,3% considera que casi siempre tienen objetivos concretos, asimismo el 8,1% señala que a veces son parte de los objetivos y el 12,7% asevera que nunca la preservación ambiental es parte de los objetivos de la empresa.

Tabla N° 17

Frecuencia en la que la empresa hace uso adecuado de los recursos naturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	44,5	44,5	44,5
	Casi siempre	27	24,5	24,5	69,1
	A veces	19	17,3	17,3	86,4
	Nunca	15	13,6	13,6	100,0
	Total	110	100,0	100,0	

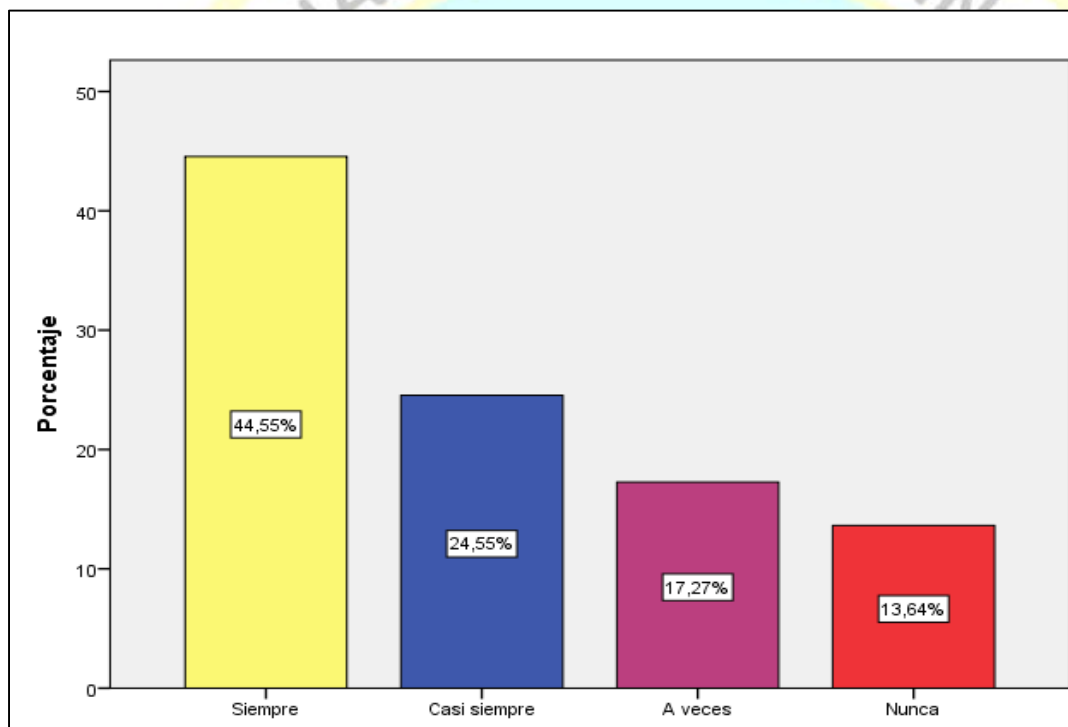


Figura 17: Frecuencia en la que la empresa hace uso adecuado de los recursos naturales

En la figura N°17: Podemos observar que el 49,5% de los encuestados asevera que siempre la empresa hace uso adecuado de los recursos naturales, un 24,5% menciona que casi siempre lo hacen, por otro lado, el 17,3% señalan que a veces lo hacen y el 13,6% consideran que la empresa nunca hace uso adecuado de los recursos naturales.

Tabla N° 18

Frecuencia en que la empresa considera a la gestión ambiental dentro de sus planes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	54	49,1	49,1	49,1
	Casi siempre	21	19,1	19,1	68,2
	A veces	12	10,9	10,9	79,1
	Nunca	23	20,9	20,9	100,0
Total		110	100,0	100,0	

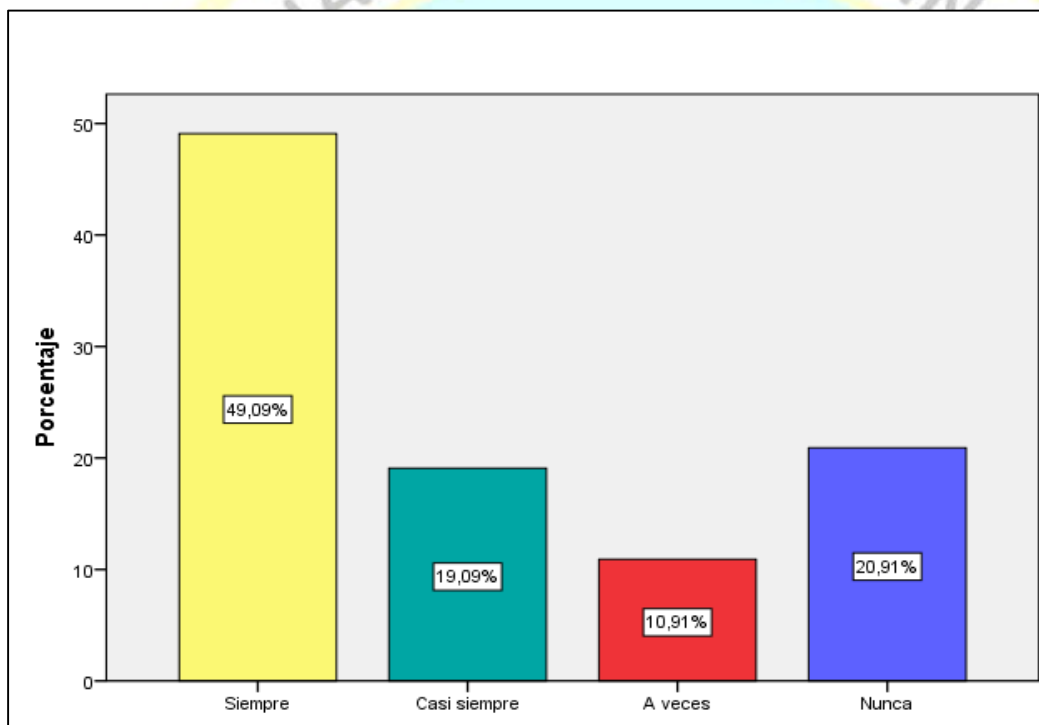


Figura 18: Frecuencia en que la empresa considera a la gestión ambiental dentro de sus planes

En la figura N° 18: Podemos observar que un 49,1% de los encuestados señalan que siempre la empresa considera la gestión ambiental dentro de los planes, el 19,1% mencionan que casi siempre se considera, asimismo el 10,9% asevera que a veces la gestión ambiental es considerada y el 20,9% considera que nunca la empresa tiene en cuenta dentro de sus planes la gestión ambiental

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

H₀: La responsabilidad social empresarial no influye significativamente en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.

H₁: La responsabilidad social empresarial influye significativamente en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho - 2020.

Tabla N° 19

Responsabilidad social empresarial y desarrollo humano sostenible

			Responsabilidad Social Empresarial	Desarrollo Humano sostenible
Rho de Spearman	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	1,000	,925**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	110	110
	DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE	Coefficiente de correlación	,925**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	110	110

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

En la tabla 19: Podemos observar que a un nivel de significancia 0.01, con un valor de p igual a 0,00 y un coeficiente de 0,925, se concluye que existe una influencia significativa entre la variable responsabilidad social empresarial y desarrollo humano sostenible, rechazando la hipótesis nula.

4.2.2. Hipótesis específicos

H₀: La responsabilidad social empresarial no repercute de modo directo en el aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.

H₁: La responsabilidad social empresarial repercute de modo directo en el aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.

Tabla N° 20

Responsabilidad social empresarial y aspecto social de los colaboradores

			Responsabilidad Social Empresarial	
			Social Empresarial	Aspecto Social
Rho de spearman	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	1,000	,890**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	110	110
	ASPECTO SOCIAL	Coefficiente de correlación	,890**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	110	110

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

En la tabla 20: Podemos observar que a un nivel de significancia 0.01, con un valor de p igual a 0,00 y un coeficiente de 0,890, se concluye que la responsabilidad social repercute en el aspecto social de los colaboradores de modo directo rechazando la hipótesis nula.

H₀: La responsabilidad social empresarial no incide de manera significativa en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho - 2020.

H₁: La responsabilidad social empresarial incide de manera significativa en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.

Tabla N° 21

Responsabilidad social empresarial y aspecto económico

			Responsabilidad Social Empresarial	Aspecto Economico
Rho de Spearman	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	1,000	,872**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	110	110
	ASPECTO ECONOMICO	Coefficiente de correlación	,872**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	110	110

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

En la tabla 21: Podemos observar que a un nivel de significancia de 0,01 con un valor de p igual a 0,00 que con un coeficiente de $r=0,872$, se considera que la responsabilidad social incide significativamente en el aspecto económico de los colaboradores del Super Mercado Tottus, rechazando la hipótesis nula.

H₀: La responsabilidad social empresarial no influye de modo significativo en el aspecto ambiental de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.

H₁: La responsabilidad social empresarial influye de modo significativo en el aspecto ambiental de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.

Tabla N° 22
Responsabilidad social empresarial y el aspecto ambiental

			Responsabilidad Social Empresarial	Aspecto Ambiental
Rho de Spearman	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	1,000	,893**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	110	110
	ASPECTO AMBIENTAL	Coefficiente de correlación	,893**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	110	110

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

En la tabla 22: Podemos observar que a un nivel de significancia de 0.01 con un valor de p igual a 0.00 y un coeficiente de $r=0,893$, se considera que la responsabilidad social influye de modo significativo en el aspecto ambiental de los colaboradores del Super Mercado Tottus, rechazando la hipótesis nula.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de los resultados

La responsabilidad social empresarial es uno de los factores preponderantes para que el desarrollo humano se desarrolle de manera sostenible, sabemos estadísticamente que la responsabilidad social influye de manera significativa en el desarrollo humano en las empresas, con este resultado está de acuerdo (Bino Raya, 2014) en su investigación titulada la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero, quien señala que contar con instrumentos de responsabilidad social incrementa alcanzar los niveles de exigencia que se requiere en la demanda actual, el cual quiere decir que los colaboradores realizan sus actividades teniendo en cuenta que la empresa es parte de ellos y son valorados.

Por otro lado, Podemos considerar que el desarrollo humano sostenible es uno de los factores que ayuda a que los colaboradores quieran al trabajo como parte de ellos, por lo que son valorados, escuchados y sobre todo la empresa se preocupa por su desarrollo tanto personal como familiar, el cual conlleva a tener un sueldo justo, además de vivir en un ambiente que es cuidado y preservado por la empresa, teniendo en cuenta la sostenibilidad, en este punto (Calabuig Torno, 2008) menciona que las empresas deben aplicar una responsabilidad social empresarial porque ayuda a que el desarrollo humano se desarrolle teniendo en cuenta la justicia social, la lucha contra la pobreza, el cuidado del ambiente donde

vive el colaborador y su familia, así como los grupos de interés externos, si bien es cierto el desarrollo humano ha evolucionado en el tiempo, hoy en día las empresas se preocupan mucho más por hacer planes con objetivos que estén incluidos los colaboradores y el desarrollo sostenible en general.

Además considerando que la responsabilidad social empresarial ha ido creciendo a lo largo de los años, las empresas han puesto más énfasis en cuanto el cuidado del medio ambiente, tener una economía sostenible y en lo social muchas empresas han optado por considerarlo como uno de los objetivos preponderantes, ante este punto (Velarde Molina, 2018) menciona que el 92,3% de personas perciben que las empresas deben ser responsables de las actividades que realizan para no dañar el desarrollo humano, el desarrollo ambiental y el económico que deben ser preservados en el tiempo para que los objetivos que se tengan se cumplan de manera idónea, los grupos de interés externos se preocupan hoy en día si la empresas tienen en cuenta estos factores y lo demuestran con hechos e incluso tengan en cuenta en sus páginas de internet que es lo que están haciendo en cuanto a la responsabilidad social, ambiental y el desarrollo humano sostenible.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Primero: Estadísticamente está demostrado que existe influencia entre la variable independiente hacia la variable dependiente, se obtuvo una correlación de $r=0.925$, con una $p= 0.001$ ($p<05$) Por lo tanto, se evidencia estadísticamente que responsabilidad social influye significativamente en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super Mercado Tottus, la responsabilidad social en la empresa no se gestiona de manera adecuado, puesto que los colaboradores no cumplen con sus objetivos como personas y profesionales, ya que para cumplir con una responsabilidad social empresarial en el desarrollo humano sostenible se debe tener un trabajo que se respete los derechos laborales, que la participación de cada uno de ellos debe ser de manera equitativa, sin discriminación alguna.

Segundo: Según los resultados estadísticos queda demostrado que con una correlación de $r=0.890$, con una $p= 0.001$ ($p<05$), se evidencia estadísticamente que la responsabilidad social repercute significativamente en el aspecto social de los colaboradores del Super Mercado Tottus. Si bien es cierto los directivos de la empresa no desarrollan programas sociales que permitan que los colaboradores interactúen con los demás para poder tener un ambiente de trabajo agradable, además de tener en cuenta que el aspecto social también se debe dar en la sociedad, en la empresa no se hace programas sociales que conlleven a mejorar sus capacidades y habilidades de cada uno de ellos.

Tercero: Estadísticamente está comprobado que con una correlación de $r=0.872$, con una $p= 0.001$ ($p<05$) por el ende, se evidencia estadísticamente que la responsabilidad social incide significativamente en el aspecto económico de los colaboradores del Super Mercado Tottus, la empresa no evalúa si los ingresos que gana el colaborador lograr cumplir con sus

necesidades, teniendo en cuenta el mejorar la calidad de vida de él y su familia, teniendo en cuenta que lo que gane le conlleve a tener un seguro de salud, educación de calidad y un sistema de seguridad para alcanzar una vida digna.

Cuarto: Cuarto: Según los resultados estadísticos está comprobado que con una correlación de $r=0.893$, con una $p= 0.001$ ($p<05$) por lo que, se evidencia estadísticamente que la responsabilidad social influye de modo significativo en el aspecto ambiental de los colaboradores del Super Mercado Tottus. La empresa debe tener en cuenta que los impactos que genera en el medio ambiente va repercutir en la sociedad y parte de ellos son los colaboradores, además la empresa debe garantizar que los colaboradores están capacitados para preservar el medio ambiente, teniendo en cuenta los protocolos establecidos para las empresas en cuanto al medio ambiente.

6.2. Recomendaciones

- a. La empresa debe ofrecer un trabajo que lleve al desarrollo del colaborador como personal o como profesional, teniendo un sueldo digno, respetando los derechos laborales, a la salud y valorar el trabajo que desarrolla, proporcionar oportunidades de desarrollo humano, empleo de calidad, igualdad de oportunidades para todos, conciliar la vida laboral y personal, seguridad, estabilidad laboral en la empresa Tottus.
- b. La empresa debe gestionar capacitaciones que conlleven a los colaboradores a ser empoderados en todos los aspectos de su vida, tanto en su lugar trabajo, en su hogar

y ante la sociedad, que sean personas que pueden salir adelante con su propio esfuerzo incrementando sus capacidades y habilidades.

- c. Los colaboradores deben ser valorados en la empresa teniendo en cuenta sus objetivos, ser escuchados, mejorando el clima laboral, que sientan que son parte de la empresa, que tengan beneficios que les conlleve a ser más productivos y comprometidos con las actividades que desarrollan.
- d. Los directivos de la empresa deben tener en cuenta el armonizar los elementos de generación de riquezas, la profundización en la cohesión social, la conservación del medio ambiente, la adecuación del dialogo entre la creciente globalización, la identidad local, el compromiso intergeneracional para un mundo mejor y la permanencia de las personas.
- e. Se debe tener en cuenta en cada momento, la no discriminación, la inclusión, la equidad, el respeto, la creación de una causa propia de la organización que facilite el dialogo abierto, la pasión de los colaboradores volcada en el proyecto, la búsqueda de la felicidad de los miembros de la misma, en el ejercicio responsable de la actividad laboral, como uno de los elementos imprescindibles en los procesos de dinamización de la empresa Tottus.
- f. Se debe generar espacios de trabajo favorecedores de la creatividad, la permanente experimentación, la innovación, el emprendimiento, etc, que faciliten el crecimiento

y la aportación de las personas de la empresa en contacto permanente con la creciente red de agentes con los que se relaciona, además del reparto equitativo de las rentas económicas generadas por la organización – en consonancia con el proyecto compartido y la participación que potencie la justicia social y facilite el compromiso de las personas con la misma.

- g.** En el Super Mercado Tottus la responsabilidad no está bien definida, si bien es cierto en Chile si se da a conocer lo que la empresa hace y como son valoradores los colaboradores, sin embargo en nuestro país la falta de una buena gestión demuestra que no están preparados para mostrar a la sociedad que es una empresa socialmente responsable, por ende, la empresa debe preocuparse en implantar una gestión de responsabilidad social teniendo en cuenta que los clientes en estos días busca que las empresas tengan colaboradores que muestren que quieren a su trabajo al momento de su atención.



ANEXOS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE DE LOS COLABORADORES DEL SUPER MERCADO TOTTUS, HUACHO -2020

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	Variables y Dimensiones	METODOLOGIA
<p>Problema General ¿De qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿Cómo la responsabilidad social empresarial repercute en aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020?</p> <p>b. ¿En qué medida la responsabilidad incide en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020?</p> <p>c. ¿De qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el aspecto ambiente de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020?</p>	<p>Objetivo general Conocer de qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a. Determinar como la responsabilidad social empresarial repercute en aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.</p> <p>b. conocer en qué medida la responsabilidad incide en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho - 2020.</p> <p>c. precisar de qué manera la responsabilidad social empresarial influye en el aspecto ambiente de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.</p>	<p>Hipótesis General La responsabilidad social empresarial influye significativamente en el desarrollo humano sostenible de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho -2020.</p> <p>Hipótesis específico</p> <p>a. La responsabilidad social empresarial repercute de modo directo en el aspecto social de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.</p> <p>b. La responsabilidad incide de manera significativa en el aspecto económico de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho - 2020.</p> <p>c. La responsabilidad social empresarial influye de modo significativo en el aspecto ambiente de los colaboradores del Super mercado Tottus, Huacho – 2020.</p>	<p>Variable Independiente Responsabilidad social empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transparencia informativa - Grupos de interés -Beneficios mutuo <p>Variable dependiente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspecto social Aspecto económico - Aspecto ambiental 	<p>Método: En el presente estudio el empleará el diseño no experimental transaccional y explicativo que es una relación de causa y efecto.</p> <p>Diseño: según el periodo en la que se va investigar es transversal, en cuanto a la temporalidad es una investigación del presente, según al aporte al conocimiento es una investigación aplicada, ya que se podrá aplicar las recomendaciones que se darán en el presente estudio para que la empresa haga una buena gestión empresarial responsable socialmente.</p> <p>Población La población está conformada por 110 colaboradores de la empresa</p> <p>Muestra La muestra es la misma que la población por ser una población pequeña.</p> <p>Técnicas de investigación Se empleará la técnica de la encuesta y el cuestionario será el instrumento.</p> <p>Instrumento de recopilación de datos En la investigación para procesar la información se utilizará el programa SPSS 25.</p>

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. PRESENTACIÓN.

Estimado encuestado (a). Reciba un cordial saludo y al mismo tiempo la solicitud de su valiosa colaboración, para dar respuesta a las preguntas. Lea atentamente y responda marcando con un aspa (x) la respuesta más adecuada para usted.

N°	PREGUNTAS	siempre 1	Casi siempre 2	Algunas Veces 3	nunca 4
	Dimensión transparencia informativa				
1	¿Con qué frecuencia la empresa informa a la sociedad de sus actividades que realizan?				
2	¿Con que frecuencia la empresa pronuncia la legitimidad de su actuación ante la sociedad ?				
3	¿La empresa con que frecuencia muestra una conducta responsable?				
	Dimensión grupos de interés				
4	¿La responsabilidad social empresarial está dirigido a los grupos de interés internos ?				
5	¿La gestión de la responsabilidad social esta frecuentemente pensando en los grupos de interés externos?				
	Dimensión beneficio mutuo				
7	¿Con que frecuencia participa en la resolución de problemas?				
8	¿La transparencia de la empresa ante los colaboradores de frecuente?				
	¿Con qué frecuencia los directivos fomentan la confianza entre todos?				

INSTRUMENTO PARA MEDIR EL DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE

1. PRESENTACIÓN.

Estimado encuestado (a). Reciba un cordial saludo y al mismo tiempo la solicitud de su valiosa colaboración, para dar respuesta a las preguntas. Lea atentamente y responda marcando con un aspa (x) la respuesta más adecuada para usted.

N°	PREGUNTAS	siempre 1	Casi siempre 2	A Veces 3	nunca 4
	Dimensión aspecto social				
1	¿La satisfacción laboral de los colaboradores es uno de los factores imprescindibles para los directivos?				
2	¿Con que frecuencia considera Usted que se respetan los derechos humanos de los colaboradores?				
3	¿El desarrollo personal de los colaboradores con que frecuencia es parte de los objetivos de la empresa?				
Dimensión aspecto económico					
4	¿La remuneración que recibe es justa y conlleva a que su economía sea sostenible?				
5	¿Con que frecuencia la empresa brinda un bienestar económico que sea sostenible en el tiempo?				
6	¿En qué medida el crecimiento económico del colaborador es sostenible para él y los grupos de interés?				
Dimensión aspecto ambiental					
8	¿Con qué frecuencia se concientiza en temas de reciclaje en la empresa?				
9	¿En cuanto a la preservación del medio ambiente la empresa tiene objetivos concretos?				
10	¿En qué medida la empresa hace uso adecuado de los recursos naturales?				
11	¿ Con qué frecuencia la empresa considera a la gestión ambiental dentro de sus planes?				

CAPITULO V

REFERENCIAS

5.1. Fuentes bibliográficas

- Aguilar Castro , A., & Puerto Becerra , D. (2012). Crecimiento Empresarial basado en la responsabilidad social empresarial . Pensamiento y gestión , 26.
- Barbachan , M. (2016). La responsabilidad social empresarial en el Perú, desafíos y oportunidades. Responsabilidad social en los supermercados (pág. 7). Lima : Universidad Catolica del Perú - Responsabilidad social.
- Calabuig Tormo , C. (2008). Gobernanza democratica para el desarrollo humano sostenible para la estion orientada al proceso. Valencia: Universidad Politecnica de Valencia .
- Castro Sanz , M. (2005). Economía pública, soocial y cooperativa, 24.
- Duque Orozco , Y., & Cardona acevedo , M. (2013). Responsabilidad social empresarial: teorías, índice, estandares y certificaciones . Cuadernos de administración , 12.
- Francéz Gómez, P. (2004). Fundamentos y enfoque de la gestión responsable . España: Forética.
- Garcia Ortiz , C. (2013). La responsabilidad social empresarial y el papel de las empresas en la construcción de la sociedad. suma de negocios , 14.
- Ginebra, O. I. (2013). El desarrollo sostenible del trabajo decente de los trabajadores y los empleos verdes. Conferencia Internacional del Trabajo 102 (pág. 144). Ginebra: Oficina internacional de trabajo .
- Gómez Jofré, C. (2004). Responsabilidad social empresarial en materia de relaciones laborales . Economía y administracion , 60.
- Gonzáles Cruz , F. (2009). Desarrollo Humano sustentable local . Scielo Analytics , 14.

- Guayasamín Paéz , D. (2014). Responsabilidad social sostenible del talento humano . Quito : Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Marqués Martínez, P. (2016). Desarrollo humano sostenible en la empresa española . Madrid : Universidad Complutense de Madrid.
- Marzá , G. (2004). ética empresarial: del dialogo a la confianza . Madrid : Trotta.
- Morán Seminario , H. (2018). Presupuestos filosoficos del desarrollo humano sostenible . Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Nowajewski Vega, F., & Pérez Neumann, A. (2015). Responsabilidad social empresarial . evolución, presente y tendencias. Universidad de Chile, 20.
- Perez Ojeda , F., & García Bueno , M. (2019). Desarrollo sostenible del trabajador a través del trabajo decente . México: Universidad de Colima, Tecomán .
- Presuttari, L. (2016). Importancia de la responsabilidad social empresarial . Universidad siglo 21- La educación evoluciona, 50.
- Ramberg , J. (2019). Responsabilidad social empresarial . Tottus reporte de sostenibilidad 2019, 106.
- Shun , A. (2006). La responsabilidad social empresarial . Costa Rica : Cegesti - ISO 9001: 2000.
- Torres Valdez , J. (2016). El cambio social en una comunidad originaria. México: Instituto tecnologico de Oaxaca.

5.2. Fuentes hemerograficas

- Aguilar Alcivar , K., & Plus Rogel , P. (2013). Análisis de la productividad del cliente interno basado en un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa Kmotor S.A. Ecuador : Universidad de Guayaquil .

- Alvarado Herrera , A. (2008). Responsabilidad social empresarial y su influencia en la reputación de la empresas turísticas . España: Universidad de Valencia .
- Alarcon Medina, M. (2016). Conciencia social y desarrollo humano sostenible en los trabajadores del Gobierno regional de Junin , Huancayo 2016. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo .
- Alvarado Herrera , A. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base en su racionalidad. México: Universidad de Quintana Rioja México.
- Bino Raya , R. (2014). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como instrumento que contribuye al desarrollo turístico sostenible en la ciudad de Cordoba- Argentina. Huelva - España: Universidad Internacional de Andalucía- Tesis Doctoral.
- De la Cruz Gamonal , A. (2003). Desarrollo humano sostenible y la gestion del medio ambiente en las empresas de casinos en el Perú . Lima: Universidad Nacional Maryo de San Marcos tesis doctoral .
- Mendoza Flores , M. (2017). La responsabilidad social empresarial y su relación con la imagen y reputación de la empresa América Movil - Chiclayo - 2017. Chiclayo: Universidad catolica Santo Toribio de Mogrovejo .
- Mercado Salgado , P., & Hernández García , P. (2007). La responsabilidad social en empresas del valle de Toluca México un estudio exploratorio. México : Universidad Nacional Autonoma de México .
- Velarde Molina , J. (2018). La responsabilidad social empresarial y su influencia en el posicionamiento de las entidades bancarias en Tacna, 2018. Tacna- Perú: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann- tesis de doctorado.

5.3. Fuentes electrónicas

- Adecco. (22 de octubre de 2019). *Empresas*. Recuperado el 15 de febrero de 2020, de Importancia de la responsabilidad social en las empresas:

<https://blog.adecco.com.mx/2019/10/22/importancia-responsabilidad-social-empresarial/#:~:text=Su%20importancia%20radica%20en%20que,y%20mejorar%20el%20medo%20ambiente.>

Aleman , A., & Piña , J. (5 de julio de 2015). *Slideshare*. Recuperado el 15 de abril de 2020, de Responsabilidad social empresarial: <https://es.slideshare.net/alemare22/dimensiones-de-la-rse>

Diaz , T. (5 de diciembre de 2018). *Economia Siempre net*. Recuperado el 15 de agosto de 2020, de Desarrollo humano sostenible: <https://www.economiasimple.net/la-importancia-del-desarrollo-sostenible.html>

Fernandez Garcia , R. (6 de julio de 2010). *Diario responde*. Recuperado el 15 de agosto de 2020, de Dimensiones de la responsabilidad social y el desarrollo humano: <https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

Hernández González, C. (25 de enero de 2018). *Identidad Organizacional*. Recuperado el 25 de febrero de 2020, de Importancia de la responsabilidad social empresarial: <https://identidadorganizacional.com/2018/noticias/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-en-las-empresas/>

Kenero , D. (13 de mayo de 2014). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado el 02 de marzo de 2020, de Master executive en dirección de empresas tecnológicas e industriales: https://crosscutting.unir.net/login?ReturnUrl=%2fauthorize%3fclient_id%3dlms30%26redirect_uri%3dhttps%3a%252F%252Fcampus.unir.net%252Fcallback%26response_type%3dcode%26state%3dac42776c8a754d30b664b7616b08d51c&client_id=lms30&redirect_uri=https%3a%252F%252Fcampus.unir.

La Cruz Ruiz , P. (30 de mayo de 2013). *Master Executive en Dirección de Empresas Tecnológicas e Industriales*. Recuperado el 15 de marzo de 2020, de Responsabilidad social empresarial : <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/>

- Moreno Avendaño, J., & Miguel Velasco, A. (25 de febrero de 2016). *Biblioteca virtual*. Recuperado el 15 de marzo de 2020, de Desarrollo humano sostenible: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1523/desarrollo-humano.htm>
- Muñoz Arce , G. (15 de enero de 2004). *Ecoportal*. Recuperado el 16 de abril de 2020, de Desarrollo humano sostenible: https://www.ecoportal.net/temas-especiales/energias/el_desarrollo_humano_sostenible/
- Osorio Tabares , J. (15 de octubre de 2017). *Dspace.tdea.edu.co*. Recuperado el 12 de agosto de 2020, de Desarrollo humano sostenible en las empresas de sector financiero: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1523/desarrollo-humano.htm>
- Ruiz Raúl. (10 de octubre de 2018). *Fusión empresarial*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de Responsabilidad social empresarial: <https://revistafusionempresarial.mx/las-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Sanchez Tello , J. (16 de octubre de 2020). *Dinero en Imagen*. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de Importancia de la responsabilidad social empresarial: <https://www.dineroenimagen.com/blogs/paradigma-liberal/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-en-los-negocios/127672>
- Televisión, R. . (12 de marzo de 2019). *Responsabilidad social empresarial - Perú*. Recuperado el 25 de marzo de 2020, de Responsabilidad social empresarial en los supermercados: <https://noticias.rse.pe/hipermercado-planea-reducir-250-mil-bolsas-de-plastico-al-mes/>
- Torey , S. (10 de mayo de 2014). *Nuestraesfera - espacio educativo*. Recuperado el 16 de mayo de 2020, de desarrollo humano sostenible: <http://nuestraesfera.cl/zoom/cinco-dimensiones-para-avanzar-hacia-un-desarrollo-sustentable/>
- Torres Valdez , J. (15 de octubre de 2016). *Biblioteca virtual* . Recuperado el 15 de agosto de 2020, de El cambio climático desarrollo humano sostenible : <https://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1523/desarrollo-humano.htm>

Yuliani , C. (20 de abril de 2010). Blog de Hollinger vs Conrad Black. Recuperado el 14 de abril de 2020, de Teorias de dimensiones de desarrollo humanos sostenible: <http://hollinger-conradblack2004.blogspot.com/2010/04/teoria-de-las-tres-dimensiones-de.html>



DR. FELIX GIL CARO SOTO

ASESOR

DRA. FLOR DE MARÍA LIOO JÓRDAN
PRESIDENTE

DRA. FLOR DE MARIA GARIVAY TORRES
SECRETARIO

DR. CARLOS MAXIMO GONZALES AÑORGA
VOCAL

DR. JESUS JACOBO CORONADO ESPINOZA
VOCAL