

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL

Presentada por:

Bachiller: OSCAR ANTONIO GUTIERREZ MACHUCA

Asesor:

Dr. ELMER WILLIAMS RODRIGUEZ OLAZO

Cajamarca – Perú

2021

COPYRIGHT © 2021 by
OSCAR ANTONIO GUTIERREZ MACHUCA
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS APROBADA:

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL

Presentada por:

Bachiller: OSCAR ANTONIO GUTIERREZ MACHUCA

JURADO EVALUADOR

Dr. Elmer Williams Rodríguez Olazo
Asesor

Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Jurado Evaluador

Dr. Marco Antonio Pajares Arana
Jurado Evaluador

Dr. Víctor Elí Rodríguez Lescano.
Jurado Evaluador

Cajamarca – Perú

2021



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 080-2018-SUNEDU/CD
Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERU



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

Siendo las ...16:30... horas del día 24 de febrero de dos mil veintiuno, reunidos a través de Gmeet meet.google.com/hjs-jfqt-krz, creado por la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. HÉCTOR DIOMEDES VILLEGAS CHÁVEZ, Dr. MARCO ANTONIO PAJARES ARANA, Dr. VÍCTOR ELÍ RODRÍGUEZ LESCANO**, y en calidad de Asesor el **Dr. ELMER WILLIAMS RODRÍGUEZ OLAZO**. Actuando de conformidad con el Reglamento Interno de la Escuela de Posgrado y la Directiva para la Sustentación de Proyectos de Tesis, Seminarios de Tesis, Sustentación de Tesis y Actualización de Marco Teórico de los Programas de Maestría y Doctorado, se dio inicio a la Sustentación de la Tesis titulada: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA**; presentada por el **Bach. en Contabilidad OSCAR ANTONIO GUTIÉRREZ MACHUCA**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó...**APROBAR**.....con la calificación de ...17 (diecisiete) excelente.....la mencionada Tesis; en tal virtud, el **Bach. en Contabilidad OSCAR ANTONIO GUTIÉRREZ MACHUCA**, está apto para recibir en ceremonia especial el Diploma que lo acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas, con Mención en **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL**.

Siendo las 17:30..... horas del mismo día, se dio por concluido el acto.

.....
Dr. Elmer Williams Rodríguez Olazo
Asesor

.....
Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Jurado Evaluador

.....
Dr. Marco Antonio Pajares Arana
Jurado Evaluador

.....
Dr. Víctor Elí Rodríguez Lescano
Jurado Evaluador

DEDICATORIA

A mis padres Edelmira Celina y Segundo Abraham, por su apoyo incondicional y su ejemplo de vida.

A mis hijos Carlo Rodrigo y Camila Valentina, por ser la razón y motivación de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de Cajamarca, por sus enseñanzas y orientación para la culminación de mis estudios de maestría.

Al Dr. Econ. Elmer Rodríguez Olazo, por toda la colaboración brindada, como asesor durante la elaboración del presente trabajo.

A los empresarios de la ciudad de Cajamarca, que colaboraron desinteresadamente, brindándome la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE GRAFICOS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
GLOSARIO DE TÉRMINOS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCION	xix
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Contextualización	1
1.1.2 Descripción del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	5
1.2. Justificación	5
1.2.1. Justificación científica	5
1.2.2. Justificación técnica - práctica	5
1.2.3. Justificación institucional y personal	6
1.3 Delimitación de la investigación	6
1.4 Objetivos	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos	6

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	7
2.1.1. A nivel internacional	7
2.1.2. A nivel nacional	9
2.1.3. A nivel local	11
2.2. Bases Teóricas	12
2.2.1. Teorías sobre responsabilidad social empresarial	12
2.2.2. Teoría de los grupos de interés o <i>stakeholders</i> .	15
2.2.3. Teoría de la actuación social de la empresa.	17
2.2.4. Teoría de Crecimiento empresarial.	18
2.3. Marco conceptual	19
2.3.1. Responsabilidad social	19
2.3.2. Responsabilidad Social Empresarial.	20
2.3.3. Principios y materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial: Norma ISO 26000	21
2.3.4. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial.	26
2.3.5. Ejes estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial	28
2.3.6. Indicadores Ethos-Perú 2021 de RSE.	30
2.3.7. Los Grupos de Interés o <i>stakeholders</i>	34
2.3.8. Crecimiento empresarial.	39
2.3.9. Factores del crecimiento empresarial.	40
2.3.10. La MYPE en el Perú	42
2.4. Definición de términos básicos	48

CAPITULO III: PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis.	52
3.2. Variables.	52
3.3. Operacionalización de las Variables.	53

CAPITULO IV: MARCO METODOLOGICO	
4.1. Ubicación geográfica.	54
4.2. Diseño de la investigación.	54
4.3. Método de investigación.	55
4.4. Población, muestra y unidad de análisis.	55
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información.	57
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.	58
4.7. Matriz de consistencia metodológica.	59
CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSION	
5.1. Análisis e interpretación de resultados	60
5.2. Discusión de resultados	75
5.3. Contrastación de la hipótesis	77
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
APENDICE	99
ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Estadísticas de fiabilidad general	57
Tabla N° 02: Correlación de la hipótesis general	78
Tabla N° 03: Resumen del modelo ^b	79
Tabla N° 04: ANOVA ^a	80
Tabla N° 05: Coeficientes ^a	81
Tabla N° 06: Correlación de la hipótesis específica 01	82
Tabla N° 07: Resumen del modelo ^b	83
Tabla N° 08: ANOVA ^a	84
Tabla N° 09: Coeficientes ^a	84
Tabla N° 10: Correlación de la hipótesis específica 02	85
Tabla N° 11: Resumen del modelo ^b	86
Tabla N° 12: ANOVA ^a	87
Tabla N° 13: Coeficientes ^a	87
Tabla N° 14: Correlación de la hipótesis específica 03	88
Tabla N° 15: Resumen del modelo ^b	90
Tabla N° 16: ANOVA ^a	90
Tabla N° 17: Coeficientes ^a	91

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01: Características de la MYPE	43
Cuadro N° 02: Perú: Evolución de las MYPES, 2014-18	47
Cuadro N° 03: Contribuyentes registrados ante la SUNAT en el distrito, provincia y departamento de Cajamarca, afectos al régimen MYPE tributario: Año 2018	48

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 01: Pagamos salarios por encima del mínimo vital	60
Gráfico N° 02: Cumplimos con la asignación de periodo vacacional a nuestros empleados	61
Gráfico N° 03: Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados	61
Gráfico N° 04: Tenemos políticas laborales que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal de nuestros empleados	62
Gráfico N° 05: Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales	63
Gráfico N° 06: Estamos comprometidos con la creación de empleo (creación de nuevos puestos, aceptación de practicantes)	63
Gráfico N°07: Estamos dispuestos a dar oportunidad de trabajo a personas con discapacidad	64
Gráfico N° 08: Participamos y/o apoyamos en proyectos sociales destinados a la comunidad	64
Gráfico N° 09: Nos preocupamos por la mejor utilización de recursos a fin de reducir los costos operativos de la empresa	65
Gráfico N° 10: Nos preocupamos por la distribución de utilidades entre nuestros empleados	65
Gráfico N° 11: Ofrecemos a nuestros clientes productos de alta calidad	66
Gráfico N° 12: Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuo con nuestros proveedores	66
Gráfico N° 13: Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región	67
Gráfico N° 14: Nos preocupamos por cumplir con nuestras obligaciones tributarias oportunamente	67
Gráfico N° 15: Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables	68

Gráfico N° 16: Reciclamos los papeles, los envases y embalajes que no se logran usar	68
Gráfico N° 17: Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales	69
Gráfico N° 18: Creemos que la gestión ambiental de nuestra empresa tiene impactos sociales	70
Gráfico N° 19: Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural	70
Gráfico N° 20: El promedio de ventas anuales del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017	71
Gráfico N° 21: El promedio de utilidades anuales del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017	72
Gráfico N° 22: El capital empresarial del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017	72
Gráfico N° 23: El número de empleados promedio del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017	73
Gráfico N° 24: El número de locales, sedes o sucursales al año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017	74
Gráfico N° 25: Diagrama de dispersión de la hipótesis general	79
Gráfico N° 26: Diagrama de dispersión de la hipótesis específica 01	81
Gráfico N° 27: Diagrama de dispersión de la hipótesis específica 02	86
Gráfico N° 28: Diagrama de dispersión de la hipótesis específica 03	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Pirámide de Carroll	14
Figura N° 02: Clasificación de grupos de interés	16

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- ***International Organization for Standardization (ISO)***: la Organización Internacional de Estandarización, es una organización dedicada a la creación de normas o estándares internacionales de calidad para productos y servicios.
- **MYPES**: abreviatura usada para referirse a las micro y pequeñas empresas.
- **PYMES**: abreviatura usada para referirse a las pequeñas y medianas empresas.
- **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**: viene a ser la responsabilidad de las empresas u organizaciones con el medio ambiente y la sociedad en donde realizan sus actividades.
- **Stakeholders**: también conocido como "Partes interesadas", es un término que se emplea para referirse a los grupos de personas u organizaciones (trabajadores, consumidores, accionistas, etc.) que tienen algún interés o se ven afectadas por las actividades de una empresa.
- **Ventaja competitiva**: es cualquier característica de una persona, empresa, organización o país que la diferencia de otras, colocándole en una mejor posición al momento de competir.

RESUMEN

La presente investigación, que tiene como objetivo determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de Cajamarca en el periodo 2017 -2018, se ha desarrollado en cinco capítulos.

En el primer capítulo se realiza el planteamiento de la investigación, en el segundo capítulo se describe el marco teórico, en el tercer capítulo se realiza el planteamiento de la hipótesis y variables, en el cuarto capítulo se presenta el marco metodológico y en el quinto capítulo se presentan los resultados y su discusión.

Para la investigación se utilizó el diseño no experimental de nivel descriptivo-correlacional.

La población en estudio estuvo constituida por las MYPES del distrito de Cajamarca, para lo cual se tomó información según registros de la SUNAT, siendo la muestra un total de 79 MYPES.

Para la recolección de datos se utilizó como instrumento una encuesta tipo cuestionario de veinticuatro (24) preguntas, elaboradas en relación a las variables del estudio, con escalamiento tipo *Likert*; cuya consistencia interna se midió mediante el estadístico de fiabilidad alfa de *Cronbach*.

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, se procedió a procesar la información mediante tablas en Excel y el software SPSS, para su posterior análisis y discusión.

Finalmente, entre los resultados de la investigación se encontró que:

- Existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial de las MYPES, quedando demostrado que la RSE influye de manera directa en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, dando respuesta al problema de investigación y afirmando la Hipótesis General.

Palabras clave: Responsabilidad social, crecimiento empresarial.

ABSTRACT

This research, which aims to determine the influence of corporate social responsibility (CSR) on the business growth of micro and small companies (MYPES) in the Cajamarca district in the period 2017 -2018, has been developed in five chapters.

In the first chapter the research approach is carried out, in the second chapter the theoretical framework is described, in the third chapter the hypothesis and variables approach is carried out, in the fourth chapter the methodological framework is presented and in the fifth chapter I will present the results and their discussion.

For the research, the descriptive-correlational non-experimental design was used.

The study population consisted of the MYPES of the Cajamarca district, for which information was taken according to SUNAT records, the sample being a total of 79 MYPES.

For data collection, a questionnaire-type survey of twenty-four (24) questions was used as an instrument, prepared in relation to the study variables, with Likert-type scaling; the internal consistency of which was measured using Cronbach's alpha reliability statistic.

Once the data collection instrument was applied, the information was processed using tables in Excel and the SPSS software, for subsequent analysis and discussion.

Finally, among the results of the research it was found that:

- There is a direct relationship between the variables corporate social responsibility and the business growth of MSEs, being shown that CSR directly influences the business growth of MSEs in the Cajamarca district, responding to the research problem and affirming the Hypothesis General.

Keywords: Social responsibility, business growth.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas realizan sus actividades en un entorno cada vez más cambiante y competitivo, bajo condiciones adversas, caracterizadas principalmente por el constante incremento de la oferta de productos y servicios, así como por los altos niveles de incertidumbre en el mercado; estos y otros factores las han conducido a dedicar gran parte de su esfuerzo a la búsqueda de alternativas que permitan contrarrestar los efectos de la competencia y los cambios en el mercado, así como buscar su desarrollo y crecimiento empresarial.

En este contexto, las empresas buscan implementar nuevas estrategias que les permitan consolidarse y crecer en el mercado; es así, que las estrategias con base en actividades de responsabilidad social, surgen como una alternativa importante al momento de generar ventajas frente a sus competidores.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se muestra como una nueva alternativa al momento de hacer frente a la competencia, la cual puede ser entendida como la transferencia de valor agregado a la sociedad, valor que en el mediano o largo plazo puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva, si es aprovechada por la empresa; ya que ser una empresa responsable socialmente puede ser un atributo diferenciador muy importante.

La RSE puede ser vista y tener su punto de partida desde diferentes perspectivas, es así que puede partir por una actitud responsable de las empresas con la sociedad buscando el bienestar común, o por un acto premeditado de las empresas, con el fin de lograr beneficios netamente económicos buscando satisfacer las metas empresariales. Sea cual fuere el punto de partida de la RSE, se hace evidente la influencia que esta puede tener en el crecimiento de la empresa.

La presente investigación pretende determinar en qué medida la RSE constituye un factor que permite impulsar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) de la ciudad de Cajamarca, por lo cual es necesario analizar el desempeño empresarial de las MYPES así como los factores de los cuales depende su crecimiento empresarial y determinar cómo estos factores se relacionan con el tema de la Responsabilidad Social.

Para ello, la investigación se ha estructurado en cinco capítulos, según se detalla a continuación:

En el capítulo I: Planteamiento de la investigación, se describe y formula el problema a investigar, se justifica y se plantea el objetivo general y los objetivos específicos que se pretende lograr.

En el capítulo II: Marco teórico, tenemos los antecedentes de la investigación (internacional, nacional y local) y las bases teóricas que fundamentan las variables de estudio.

En el capítulo III: Se plantea las hipótesis y las variables de estudio.

En el capítulo IV: Marco Metodológico, se presenta el diseño y método de investigación, así como la población y técnicas para recopilación de la información.

En el capítulo V: Resultados y Discusión, se presentan los resultados a través de cuadros y gráficos con su respectivo análisis, interpretación y discusión, así mismo la contrastación de la hipótesis planteada.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones que han surgido producto de la investigación realizada.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización.

La Responsabilidad Social Empresarial, concepto muy utilizado hoy en día en el ámbito empresarial, data de la década de los 50 y 60 teniendo su origen en Estados Unidos y asentándose posteriormente en Europa en la década de los 90, siendo la Comisión Europea la que utilizó este concepto para involucrar a las empresas a fin de orientar su acción hacia una estrategia de empleo que generase mayores beneficios a la sociedad. El proceso de involucrar a las empresas y sus directivos en búsqueda de soluciones a los problemas de la sociedad, estableció la reconciliación y fortaleció los vínculos con la comunidad; este hecho propició la conexión y la solidaridad social, así como el respeto por el medio ambiente (Publicaciones Vértice, 2009, citado por Aguilera & Puerto, 2012, p. 4).

El entorno político y social en la década de los 60 y 70, se constituyó en una variable importante para las empresas en Estados Unidos, dado que la sociedad empezaba a fijar su atención en temas tales como la protección a los trabajadores y consumidores, la igualdad de oportunidades, la conservación de la energía y los recursos naturales y el control de las comunicaciones (Bateman & Snell, 2005, citado por Aguilera & Puerto, 2012, p. 4).

En la actualidad, consumidores, ciudadanos y sociedad en general están tomando conciencia, cada vez mayor, sobre la responsabilidad que las empresas deberían tener con la sociedad y el medio ambiente donde desarrollan sus actividades, y esperan que estas se preocupen y comprometan con el cuidado, desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad y sus miembros. Es así que, el consumidor de hoy en día ya no es el mismo ni tiene las mismas necesidades que el de hace algunos años atrás, una diferencia importante es que se muestra cada vez más preocupado y sensible ante las desigualdades sociales, exigiendo una mayor preocupación con el medioambiente y la sociedad por parte de las empresas en las operaciones que estas realizan.

Por el lado de las empresas, su éxito ya no solo depende de las actividades administrativas y logísticas internas que buscan generar rentabilidad, hoy en día su éxito depende además del desarrollo acciones orientadas a satisfacer las necesidades y requerimientos de los agentes que la rodean y participan en ella directa o indirectamente; estos agentes conocidos como grupos de interés o “*stakeholders*” son: empleados, clientes, proveedores, socios y la comunidad en general.

En este contexto, la responsabilidad social empresarial aparece como una oportunidad para las empresas al momento de generar valor y consolidarse en el mercado, si es entendida como una posibilidad de diferenciación frente a la competencia, que bien aprovechada puede convertirse en el mediano o largo plazo en una ventaja competitiva que ayude al crecimiento empresarial; es así que las estrategias que involucran la RSE surgen como una oportunidad ante las nuevas exigencias de los grupos de interés.

Las MYPES no son ajenas a este contexto, ya que ellas también intentan desarrollar estrategias que les permitan crecer y consolidarse en el mercado; si bien es cierto, su realidad y organización empresarial no son las mismas que las empresas más grandes, también se encuentran en la posibilidad de aplicar y desarrollar acciones de RSE en el marco de sus operaciones.

Teniendo en consideración que en el Perú las MYPES representan el principal motor de la economía, toma relevante importancia analizar de que forma la RSE puede influir en su crecimiento empresarial.

1.1.2. Descripción del problema.

Las MYPES, al igual que las PYMES, juegan un papel importante de carácter social, es así que estas empresas sirven en la mayoría de países como amortiguadores del problema del desempleo, ya que son una posibilidad de empleo para una gran parte de la fuerza de trabajo excedente, que, en su mayoría, no posee una capacitación adecuada a las exigencias de las empresas más grandes. De esta forma este tipo de empresas se constituyen en un instrumento de movilidad social. Así, en algunos países se observa que las microempresas emplean en un porcentaje mayor que otro tipo de empresas a personas mayores de 55 años, facilitando la incorporación al campo laboral de este grupo de personas que, en otras circunstancias tendría dificultades para conseguir empleo (Vives, Isusi & Corral, 2005, p. 13-15).

En el Perú actualmente las MYPES constituyen un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del país, habiendo experimentado un crecimiento acelerado en las últimas décadas,

convirtiéndose así, en una fuente generadora de empleo y agente dinamizador de la economía; sin embargo estas operan en un entorno cada vez más competitivo y cambiante, cuyas condiciones se tornan cada día más difíciles, principalmente por la incremento de la competencia, los cambios en las exigencias de los consumidores y las exigencias de los organismos reguladores; estos y otros factores se han convertido en una problemática para los empresarios, quienes están dedicando gran parte de su tiempo y esfuerzo a la búsqueda de nuevas estrategias que permitan hacer frente a este entorno y lograr consolidarse en el mercado. Por ello se hace necesario que las MYPES encuentren nuevas fortalezas que les permitan lograr un posicionamiento ventajoso en relación a sus competidores si quieren lograr un crecimiento y desarrollo sostenible en el mercado.

Es en este contexto que la RSE se presenta como una oportunidad que las MYPES pueden aprovechar, para generar en base a ella estrategias que les permitan lograr una posición competitiva en el mercado a fin de impulsar su crecimiento empresarial.

La RSE en las MYPES debe ser tratada desde una perspectiva diferente con la que normalmente se trata en las empresas grandes ya que las condiciones y características de ambas son muy diferentes; pese a que el concepto de RSE está más ligado a las grandes empresas, puede resultar aún más natural su aplicación en las MYPES ya que en estas existen factores intrínsecos que pueden generar condiciones favorables para la aplicación de actividades de RSE; entre estos factores se puede considerar el tamaño, ya que esto permite a las MYPES tener un mayor acercamiento e interacción con sus trabajadores, clientes y la comunidad en general siendo más fácil identificar sus necesidades y responder ante ellas.

Por lo mencionado en los párrafos precedentes, se hace importante estudiar la RSE en el ámbito de las MYPES, a fin de determinar en qué medida los empresarios de la ciudad de Cajamarca ponen en práctica actividades basadas en los conceptos de RSE y como esto puede contribuir al crecimiento de las MYPES en el mercado.

1.1.3. Formulación del problema.

¿Tiene la RSE alguna influencia en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca?

1.2. Justificación

1.2.1. Justificación científica.

El presente trabajo de investigación contribuye al desarrollo de las ciencias económicas, puesto que incorpora nuevas experiencias para la utilización de bases teóricas que ayudaran al estudio de la responsabilidad social en el ámbito de las MYPES.

1.2.2. Justificación técnica – práctica.

Los aportes del presente trabajo de investigación permitirán construir un marco referencial que amplíe el horizonte de la gestión de la RSE en el ámbito de las MYPES, además servirán como base para orientar a las MYPES a generar ventajas competitivas que les permitan un crecimiento sostenible en el mercado.

1.2.3. Justificación institucional y personal.

La investigación permitirá ampliar los conocimientos sobre la RSE en el ámbito de las MYPES, con la finalidad de poder de asesorar a los empresarios y contribuir al crecimiento de sus empresas y/o negocios; y a su vez servir de antecedente para otros estudios con variables similares.

1.3. Delimitación de la investigación

En la investigación se analizaron las MYPES de la del distrito de Cajamarca, a fin de conocer si en su desempeño empresarial ponen en práctica acciones basadas en RSE.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general.

- Determinar la influencia de la RSE en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Determinar la influencia de la RSE en su dimensión social frente al crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.
- Determinar la influencia de la RSE en su dimensión económica frente al crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.
- Determinar la influencia de la RSE en su dimensión medioambiental frente al crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En esta parte se citan investigaciones anteriores de similar contenido, desde una perspectiva mundial, nacional y local; que de una a otra manera contribuyen a generar antecedentes sobre el tema materia de investigación.

2.1.1. A nivel internacional

Aguilera, A. & Puerto, D. (2012), en su artículo académico titulado “Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social”, señalan que:

El crecimiento empresarial resulta ser una variable que depende de diversos factores, entre los cuales se encuentra la responsabilidad social empresarial, la misma que puede impulsar cualquier iniciativa que se origine en la empresa, ayudando a lograr el posicionamiento de su marca, mejorando su imagen corporativa, logrando la preferencia y lealtad de sus clientes y propiciando la armonía entre empresa y comunidad. En este contexto, la RSE favorece al crecimiento de la empresa, debido a que mejora visiblemente su reputación y credibilidad, logrando el reconocimiento de los grupos de interés.

Los autores llegan a las siguientes conclusiones:

- El avance en las comunicaciones y la tecnología de la información, así como el compromiso y preocupación de los clientes por el medio ambiente, hacen que estos cada vez más prefieran productos o

servicios de empresas que en sus procesos de producción tengan responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente. Esta conciencia de los clientes o consumidores por el cuidado del medio ambiente, busca que las empresas también asuman el compromiso de cuidar el medio ambiente donde operan; en este sentido se espera que las empresas respondan ofreciendo propuestas que equilibren sus intereses con los de todos los grupos de interés, a fin de lograr un crecimiento sostenible. En resumen, la RSE arroja beneficios para los grupos de interés, ya que las empresas deben orientar sus esfuerzos a generar beneficios no solo económicos, sino también que trasciendan al orden social.

- Las estrategias de crecimiento empresarial deben tener un esquema de inclusión, que busque enviar un mensaje positivo a los clientes y sociedad en general; con el fin de generar una fuerza promotora para el crecimiento empresarial.
- La RSE busca el crecimiento económico sostenible en un entorno que se caracteriza por ser complejo y sensible ante las actividades económicas que causan daño al medio ambiente y ante el desequilibrio socio económico. Actualmente la mayoría de las empresas y organizaciones contemplan en sus estrategias la forma de minimizar los impactos negativos de sus acciones; el efecto en el medio ambiente se considera como un elemento integrante de la labor de la empresa y, por ello, el impacto de sus actividades es considerado de forma clara en los planes estratégicos.

- Se debe resaltar que en las empresas en donde se incluye la RSE dentro de sus planes estratégicos la rentabilidad aumenta; existiendo una relación positiva entre la RSE y la rentabilidad en el mediano plazo. Por otro lado, la acción de los gobiernos no es suficiente para lograr un balance sostenible entre lo social, lo económico y lo ambiental; por lo que se hace necesario que las empresas desarrollen una conciencia sobre la labor que deben realizar en estos frentes, y la forma de cumplirla es beneficiando a todos sus grupos de interés.

2.1.2. A nivel nacional

Escobar, E. (2015), en su tesis titulada “La Responsabilidad Social Empresarial como medio de rentabilidad y competitividad”, plantea que:

Mediante la RSE también se puede generar rentabilidad, integrando los fines principales de la empresa: generar utilidades y satisfacer las necesidades de los consumidores y la sociedad en general.

Al respecto, el autor llega a las siguientes conclusiones:

- La empresa al formar parte del entorno social, económico y , ambiental se le atribuye la condición de persona jurídica y deber de ciudadanía por lo cual debe integrarse y contribuir al desarrollo de la sociedad; esto se ha corroborado en el proceso de la evolución de la RSE, en donde se muestra que la empresa mantiene responsabilidades con el entorno en donde opera, lo cual no implica que se mermen los objetivos económicos de la empresa, sino que se logren beneficios sostenibles a largo plazo tanto para la empresa como para sus grupos de interés.

- La empresa existe por sus fines económicos, sin embargo, esto no la excluye de su responsabilidad frente a su entorno, por lo que su objetivo deberá estar orientado a buscar medios socialmente responsables que acarreen rentabilidad para la empresa, teniendo en consideración el desarrollo sostenible, el bien común del entorno, y la visión a largo plazo. Entonces se concluye que, el retorno económico en la empresa no solo se impulsa mediante el incremento del volumen de ventas o mayor inversión, sino también por la RSE, mediante actividades de ahorro en costos, mayor eficiencia de los procesos productivos, reutilización de remanentes y otros que permitan mejorar la posición económica de la empresa y mejorar la imagen ante su entorno.
- La RSE considera valores tangibles e intangibles, sin embargo, para poder realizar un control de la rentabilidad de los proyectos ambientales o sociales es necesario el logro de beneficios reales que generen valor a la empresa, por lo tanto, la adecuada gestión de la RSE, así como la planificación y evaluación de sus proyectos permiten demostrar sus beneficios económicos, considerando que esto será posible a largo plazo y mediante acciones constantes de la empresa.
- El estudio de este caso nos ha permitido demostrar de manera experimental que los proyectos de RSE adecuadamente evaluados, analizados y gestionados tienen la posibilidad de convertirse en un medio generador de ingresos, además de beneficiar a la comunidad y al medio ambiente, evidenciando la existencia de una relación positiva entre la RSE, el desempeño económico de la empresa y el logro de ventajas competitivas. Confirmando que la empresa está en condiciones de obtener rentabilidad, satisfacer las necesidades del

mercado y de las personas, mantener una relación de bienestar con su entorno además de preservar el medio ambiente.

2.1.3. A nivel local

Sánchez, M. (2016), en su tesis titulada “Análisis de la responsabilidad social de la empresa minera Anglo American Michiquillay S.A. y la incidencia en las comunidades del área de influencia directa del proyecto Michiquillay: 2007-2014”, analiza:

La RSE como un instrumento de gestión de la empresa, más allá del mero cumplimiento de las leyes y las normas ambientales, tratando de estudiar las actividades de RSE que la empresa minera Anglo American Michiquillay S.A. desarrolló entre los años 2007-2014.

Al respecto, el autor llega a las siguientes conclusiones:

- Existió una inadecuada gestión de la empresa en lo que refiere a trabajos sociales en la comunidad, ya que se puede apreciar que la calidad de vida de los habitantes no ha mejorado y tampoco se ha fomentado el empleo a fin de ayudar a generar ingresos dignos a la población, así como no se han desarrollado proyectos de agricultura, ganadería o comercio, dejando de esta manera muchos pasivos sociales por los acuerdos y promesas pactados.
- Existe descuido de inversión en proyectos de educación y salud, por parte de la empresa, lo que es percibido por los habitantes de las comunidades, teniendo como resultado que el 71 % indican que no es suficiente lo que se está invirtiendo. Esto pese a que la empresa a través

del fondo social financió estudios a los hijos de los pobladores en entidades universitarias.

2.2. Bases teóricas.

En esta parte se presentan las teorías científicas que sustentan la investigación, derivadas de los grandes estudios desarrollados por reconocidos investigadores, lo que ha permitido tener solida consistencia en el presente trabajo, así mismo el aporte de estas teorías ha ayudado al desarrollo de la investigación permitiendo tener una visión más clara y precisa de los distintos conceptos que aquí se abarcaron.

2.2.1. Teorías sobre responsabilidad social empresarial.

a) Teoría de Carroll o teoría de la pirámide.

Carroll (1991), en su teoría expone cuatro clases de responsabilidades sociales empresariales, planteadas en forma de pirámide, las que son:

- **Responsabilidades Económicas**

Representan la base sobre la cual se apoya la pirámide, bajo esta premisa la responsabilidad de la empresa es ser rentable; está relacionada con la producción de bienes y servicios que necesitan consumidores y por lo cual la empresa debe obtener una ganancia aceptable. Este tipo de responsabilidades son lo que la empresa requiere por el desarrollo de sus actividades.

- **Responsabilidades Legales**

Bajo esta premisa la empresa tiene la responsabilidad de cumplir con la ley y las regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios.

- **Responsabilidades Éticas**

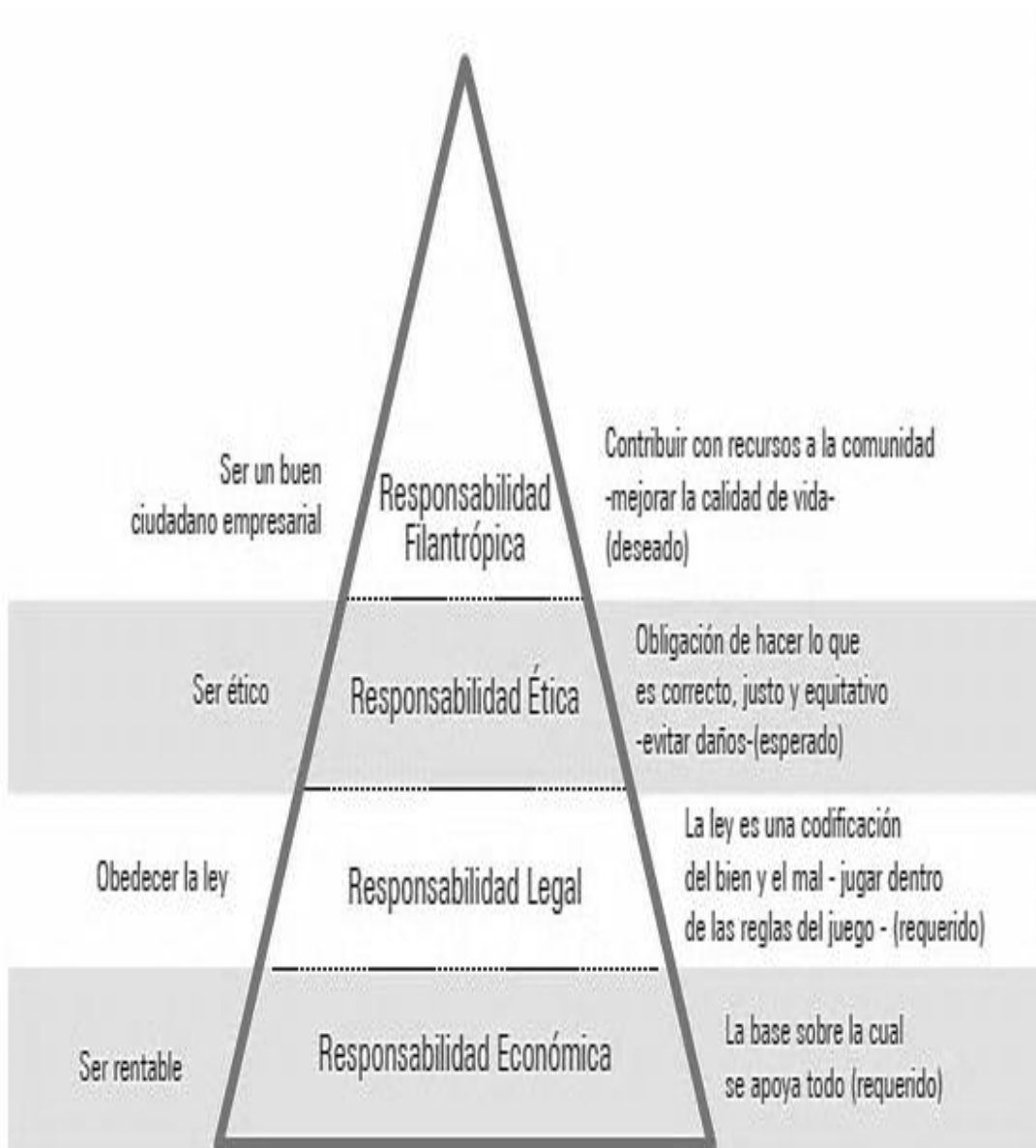
Bajo esta premisa la empresa debe tener un comportamiento ético, teniendo la obligación de hacer lo correcto, justo y razonable, así como de evitar perjudicar o hacer daño a los grupos con los que se relaciona. Este tipo de responsabilidades son lo que la sociedad espera por parte de la empresa en el desarrollo de sus actividades.

- **Responsabilidades Filantrópicas**

Bajo esta premisa la empresa debe comportarse como un buen ciudadano empresarial debiendo ejecutar acciones que contribuyan con la mejora de la calidad de vida de la comunidad en donde realiza sus actividades. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de la empresa en actividades o programas que promuevan el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. Este tipo de responsabilidades son lo que se desea como una actitud voluntaria de parte de la empresa.

Según esta la Teoría, la RSE implica el cumplimiento paralelo de las responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, lo que debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo.

Figura N° 01: Pirámide de Carroll



Fuente: Carroll, A "The Pyramid of corporate social responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders", (1991).

En base a esta teoría, Carroll busca engranar estas cuatro responsabilidades empresariales de modo tal que estén interrelacionadas de forma integral a fin de impulsar la gestión de la empresa hacia la RSE, guiando las acciones de la empresa a la búsqueda de rentabilidad, bajo los parámetros establecidos por la ley

e integradas con la ética, buscando contribuir con la mejora de la calidad de vida de la comunidad.

Entonces, de acuerdo con esta teoría, la empresa no solo busca generar beneficios económicos para sus accionistas y/o propietarios y actuar de acuerdo a ley, sino también debe orientar sus actividades hacia el bien común, considerando los impactos que pueden tener en la sociedad, cuidando del medio ambiente y el bienestar social.

2.2.2. Teoría de los grupos de interés o *stakeholders*.

Freeman (1984), en su libro “Strategic Management: a stakeholder approach” expone un modelo empresarial que consiste en contribuir al bienestar de la sociedad, al mismo tiempo que busca cumplir con la responsabilidad de crecimiento económico de la empresa.

Esta teoría pone de manifiesto la necesidad de mantener un constante y sincero diálogo con los grupos de personas u organizaciones que tienen algún interés en la empresa (grupos de interés), buscando responder oportunamente a sus necesidades, opiniones y requerimientos a través de una relación fluida; relación que según Freeman, se convierte en un activo estratégico y una ventaja competitiva para cualquier compañía.

Freeman no objeta la primacía de la búsqueda de rentabilidad de la empresa, reconociendo que este es el fin fundamental de creación, sino hace hincapié en que se evidencian mejores resultados empresariales a largo plazo si se mantienen buenas relaciones con los diferentes grupos de interés.

En este sentido, la teoría de los «*stakeholders*» busca mantener de modo equilibrado y coordinado las exigencias de los diferentes grupos de interés y obtener mejores resultados financieros atendiendo sus necesidades. De este modo las empresas además de tener en cuenta sus propios objetivos, también deben considerar los intereses de los demás grupos intervinientes, entre los que se encuentran: trabajadores, clientes, proveedores, sociedad, etc.

Figura N° 02: Clasificación de grupos de interés



Fuente: Freeman, E. "Strategic Management" (1984)

2.2.3. Teoría de la actuación social de la empresa.

Esta teoría surgió en el Siglo XX, entre los pioneros se encuentra Bowen, H.R. (1953), quien definió a la RSE como la obligación que tienen los directivos de las empresas de tomar decisiones, establecer políticas, o seguir líneas de acción que estén enmarcados de acuerdo con los valores y necesidades de la sociedad, por lo que su comportamiento empresarial debería estar orientado a producir menos daños y más resultados beneficiosos para la sociedad.

La teoría de la actuación social de la empresa nace con un sentido de reciprocidad hacia la sociedad y basa su legitimidad en la aceptación social de su actuación. En cierto modo la sociedad concede a la empresa “licencia para operar” y la empresa existe por esa legitimidad, entonces las empresas deben recíprocamente integrarse a sus valores, como un deber de ciudadanía.

Esta teoría incluye algunas pautas de actuación, entre las que se encuentran, por un lado, los procesos de receptividad social empresarial y, por otro lado, los impactos sociales, programas y políticas de responsabilidad social. Además, advierte la repercusión de una conducta responsable para evitar riesgos hacia la sociedad y crear una reputación corporativa, así como buscar legitimidad social en sus actuaciones.

Entonces, Lo relevante de esta teoría es la preocupación de la empresa por el impacto social; considerando que las actividades empresariales no deben producir solamente resultados económicos en beneficio de la empresa, sino también resultados en beneficio de la sociedad.

2.2.4. Teoría de Crecimiento empresarial.

- **Enfoque contingente o teoría de las contingencias.**

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

Este enfoque, que pone énfasis en la importancia e influencia del entorno sobre la estructura organizacional, considera que: no existe una forma óptima de organizar; cualquier forma de organizar no es igualmente eficiente; y la mejor forma de organizar depende de la naturaleza del entorno con el que se interactúa (Menguzzato y Renau, 1911). De acuerdo con estas proposiciones, no tendrían validez los planteamientos universalistas respaldados por muchos otros autores, aptos para cualquier contexto de la organización y de su entorno.

Así pues, el enfoque contingente pretende determinar las principales interrelaciones que existen entre una organización, sus componentes y el medio en que se inscriben, para de esta forma llegar a plantear diseños organizacionales y acciones directivas acordes a cada situación o contingencia (Kast y Rosenzweig, 1974; Lawrence y Losch, 1976).

Bajo estas premisas, la estructura de la organización sigue a la estrategia, y la divisionalización es resultado de una diversificación estratégica. Esta afirmación establece el punto de partida de numerosos trabajos que intentan establecer un modelo de la relación que existe entre la estrategia de crecimiento de la empresa, ya sea de producto y/o mercado y la estructura organizativa (Rodríguez, D & Martínez, J., 2011, p. 134).

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Responsabilidad Social.

La responsabilidad social esta entendida como el compromiso u obligación que tienen los miembros de una sociedad entre sí, así como para con la sociedad en su conjunto. Este concepto tiene una estrecha relación con la ética y la moral, ya que las decisiones que toman tanto los individuos como las organizaciones o grupos sociales en general tienen consecuencias sobre el resto, debiendo desarrollar una conciencia de bien común.

Para Schwalb & García (2003), el concepto de responsabilidad social ya se había tomado en cuenta en la primera parte del siglo XX, sin embargo, su estudio moderno tuvo como precursor a Howard R. Bowen quien señaló, en 1953, que las empresas deberían tener en consideración las consecuencias que sus decisiones podrían tener en la sociedad (Koontz y Weihrich 1998: 62). En la actualidad, se observa que la responsabilidad social ha pasado por una primera etapa filosófica (década de los 60), seguida de una etapa en la que se especificaron las responsabilidades de las empresas y se trasladó el discurso filosófico a la gestión empresarial (década de los 70), y luego se presentó una tercera etapa en la que se integra el discurso socialmente responsable a la dirección estratégica a través de la teoría de los stakeholders (década de los 80). A partir de la década de los 90, ya no se considera a la RSE como un fenómeno aislado al interior de la empresa, sino que atraviesa transversalmente a sus diferentes áreas (p. 29-30).

2.3.2. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La RSE se entiende como el compromiso que tienen las empresas de cumplir íntegramente con las expectativas económicas, sociales y ambientales de sus participantes, tanto internos como externos; demostrando respeto por la comunidad y el medio ambiente, buscando contribuir al bien común; también puede definirse como la contribución activa y voluntaria de parte de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental.

La RSE puede entenderse como una forma de gestión empresarial que se caracteriza por la relación ética de la empresa con sus accionistas y trabajadores; y por el establecimiento de metas empresariales alineadas con el desarrollo de la sociedad.

La RSE se caracteriza por el respeto y estricto cumplimiento a las leyes y normas de la sociedad, sin embargo, no se limita a ello, busca ir más allá, ya que sería incomprensible que una empresa que alega poner en práctica actividades de RSE no haya cumplido o no cumpla con la legislación que regula su actividad. En este sentido, el cumplimiento de la legislación relacionada con el medio ambiente y las normas laborales es el punto de partida, pero no corresponde en sí a actividades de RSE; su cumplimiento es obligación de cualquier empresa solamente por el hecho de realizar su actividad.

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

Schwalb, M., García, E. & Soldevilla, V. (2005) afirman que “la responsabilidad social empresarial necesita de la movilización e integración de diferentes organizaciones, desde la misma empresa privada hasta las instituciones educativas y entidades públicas, con el fin de potenciar el bienestar en lo social y empresarial” (p. 20).

2.3.3. Principios y materias fundamentales de la responsabilidad social empresarial: Norma ISO 26000¹.

La Norma ISO 26000 (2010), enfatiza en que el impacto de las actividades de una organización en la sociedad y el medio ambiente constituirá una parte crítica al medir su desempeño y su habilidad para operar de manera eficaz, esta norma brinda orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social Empresarial que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización, ya sea del sector privado, público o sin fines de lucro; independientemente si se trata de pequeñas, medianas o grandes, y si operan en países desarrollados o en países en desarrollo.

a) Principios:

Principio Nº 1.- Rendición de cuentas: Plantea que una Organización debe rendir cuentas a las autoridades competentes, por el impacto de sus actividades en la economía, la sociedad y el medio ambiente así mismo por las acciones tomadas a fin de prevenir impactos negativos e imprevistos.

¹ La Norma internacional ISO 26000, Guía sobre responsabilidad social, ofrece una guía global para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación.

Principio N° 2.- Transparencia: Plantea que las Organizaciones deben ser transparentes en el desarrollo de sus actividades que tengan impacto en la sociedad y el medio ambiente; Así mismo deben mostrar de forma precisa, clara y completa la información respecto de las actividades, políticas y decisiones de las que son responsables, incluyendo los impactos que estas pudieran tener en sociedad y el medio ambiente. Esta información debe estar disponible y ser de fácil accesible para los interesados.

Principio N° 3.- Organización: Plantea que las organizaciones el deben basar su comportamiento en los valores de equidad, integridad y honestidad, los cuales conllevan el respeto por las personas y el medio ambiente, así como el compromiso de manejar el impacto que sus actividades y decisiones pudieran tener en sus partes interesadas.

Principio N° 4.- Respeto a los intereses de las partes interesadas: Plantea que las Organizaciones deberían considerar, respetar, y responder a los intereses de sus partes interesadas. Incluso cuando los objetivos de la Organización se limiten solo a sus socios, dueños, clientes u otros individuos o grupos.

Principio N° 5.- Respeto al principio de legalidad: Plantea que las Organizaciones deben aceptar el principio de legalidad de manera obligatoria. Este principio se refiere a la primacía del derecho y a la idea de que nadie está por encima de la ley y de que los Gobiernos también están sujetos a esta. Este principio se antepone al ejercicio del poder de manera arbitraria.

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

Principio Nº 7.- Respeto a los derechos humanos: Plantea que las Organizaciones deberían respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y su universalidad, así mismo deberían impulsar el respeto a los derechos humanos y evitar sacar algún beneficio de esas situaciones cuando las leyes no proporcionen la protección adecuada.

b) Materias fundamentales:

Materia fundamental I.- Gobernanza de la Organización: Es el sistema por el cual las organizaciones toman e implementan decisiones para lograr sus objetivos. El sistema de gobernanza varía dependiendo del tipo y tamaño de la organización y del contexto cultural, económico, social, ambiental y político en el que opera. La gobernanza de la Organización es el elemento más importante para integrar la responsabilidad social y para hacer posible que una Organización se haga responsable por los impactos de sus actividades y decisiones. Toda Organización que se dispone ser socialmente responsable debe tener un sistema de gobernanza que le facilite supervisar y poner en práctica los principios de la responsabilidad social.

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

Existen dos categorías: i) Los derechos civiles y políticos; entre los que se encuentran el derecho a la vida y a la libertad, el derecho a la igualdad ante la ley y el derecho a la libertad de expresión. ii) Los derechos sociales, económicos, y culturales; entre los que se encuentran derechos como el derecho a la educación, el derecho a la salud, el derecho a la alimentación, el derecho al trabajo y el derecho a la seguridad social. Los Estados tienen la obligación y la responsabilidad de respetar, cumplir, proteger y hacer realidad los derechos humanos. Las Organizaciones tienen la responsabilidad de respetar los derechos humanos, inclusive dentro de su esfera de influencia.

Materia fundamental III.- Prácticas laborales: Abarcan todas las prácticas y políticas relacionadas con el trabajo en el desempeño de las actividades de una Organización. Dentro de las prácticas laborales se encuentran el reclutamiento y promoción de trabajadores; la formación y desarrollo; la salud, seguridad e higiene industrial, la transferencia y traslado de trabajadores; la remuneración; la culminación del vínculo laboral; y cualquier práctica o política que afecte a las condiciones de trabajo. Un principio fundamental es que el trabajo no es una mercancía; lo que vale decir que los trabajadores no deben ser tratados como un elemento de producción ni estar sujetos a las mismas condiciones del mercado que se aplican a las mercancías. En la Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales se establece la necesidad de proteger la vulnerabilidad de los trabajadores y sus derechos básicos.

Materia fundamental IV.- El medio ambiente: Las operaciones y decisiones de las organizaciones van a generar impactos en el medio ambiente, independientemente del lugar donde se ubiquen. Estos impactos están relacionados al uso de los recursos, la contaminación y generación de residuos, la ubicación de sus actividades, etc. Para reducir los impactos en el medio ambiente las Organizaciones deben asumir un enfoque integrado que tenga en cuenta las implicaciones directas e indirectas de carácter social, económico y ambiental de sus decisiones y actividades.

La sociedad actualmente afronta a muchos desafíos ambientales, entre los que se encuentran la contaminación, el agotamiento de los recursos naturales, el cambio climático, la destrucción de hábitats, el colapso de ecosistemas, la extinción de especies, y la degradación de asentamientos humanos urbanos y rurales. A medida que se incrementa la población mundial y el consumo va en aumento, estos cambios representan una amenaza creciente para la seguridad y salud humana, así como para el bienestar de la sociedad. La responsabilidad ambiental es un factor clave para la supervivencia y prosperidad de la humanidad; por ello, es un aspecto de suma importancia dentro de la Responsabilidad Social. La educación ambiental es esencial para impulsar el desarrollo de la sociedad y los estilos de vida sostenibles.

Materia fundamental V.- Prácticas justas de operación: hace referencia a la conducta ética de una Organización en sus compromisos con otras Organizaciones. Abarca las relaciones de una Organización con las agencias gubernamentales, así como con otras Organizaciones y sus socios, contratistas, clientes, proveedores, entre

otras. Las Organizaciones deben operar entre ellas de manera íntegra, honesta y equitativa a fin de que exista una competencia justa y respeto a los derechos de propiedad.

Materia fundamental VI. - Asuntos de consumidores: Las Organizaciones tiene responsabilidad con sus clientes y consumidores por los productos y servicios que les proporcionan. Estas responsabilidades abarcan brindar información precisa, justa, transparente y útil, promoviendo el consumo sostenible y el diseño de productos y servicios que satisfagan las necesidades. Las Organizaciones tienen la oportunidad de contribuir al consumo y desarrollo sostenible, a través de los productos y servicios que ofrecen, así como de la información que proporcionan.

Materia fundamental VII.- Participación activa y desarrollo de la comunidad: se refiere a la relación de las Organizaciones con las comunidades en las que operan. La participación activa de una organización con la comunidad ayuda a fortalecer la sociedad civil, reflejando valores democráticos y cívicos. En algunos casos las acciones podrían entenderse como una actividad de filantropía, sin embargo, estas actividades por sí mismas no cumplen con el objetivo de integrar la responsabilidad social en la Organización.

2.3.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Según Cajjiga (2010), ser responsable integralmente implica analizar y definir el alcance de la organización en relación a las distintas expectativas, valores y necesidades de las personas y sociedades con las que interactúa; de esta manera los niveles de responsabilidad se pueden

agrupar en 3 enfoques o dimensiones diferentes: económico, social y medio ambiental.

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

a) Dimensión Económica:

- **Interna**, se refiere a la generación y distribución del valor agregado entre sus accionistas y colaboradores, con equidad y justicia. Por lo que se espera que la empresa se mantenga viva y sustentable, generando utilidades.
- **Externa**, involucra la producción y distribución de bienes y servicios útiles y beneficiosos para la comunidad, además del aporte al estado vía la contribución tributaria. Además, la empresa debe participar activamente en la generación e implementación de los planes económicos de la región y el país donde opera.

b) Dimensión Social:

- **Interna:** se refiere a la responsabilidad compartida entre colaboradores, directivos, inversionistas y proveedores para el cuidado y mejora de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo pleno e integral de todos ellos.
- **Externa:** Involucra la realización de acciones y aportes a fin de contribuir con tiempo y recursos a la creación de condiciones que permitan y ayuden al crecimiento del espíritu empresarial y el pleno

desarrollo de las comunidades y, por lo tanto, a un entorno favorable para el desarrollo del negocio.

c) Dimensión medio ambiental

- **Interna**, involucra la responsabilidad sobre el impacto ambiental que puede tener la empresa en el desarrollo de sus procesos, productos y servicios; así como la prevención y remedio de los daños que ocasionados o que pudieran ocasionar.
- **Externa**, comprende la realización de acciones a fin de contribuir a la preservación y mejora del medio ambiente para el bien de la humanidad.

El análisis de estas las dimensiones conlleva al establecimiento de estrategias concretas para cada empresa a fin de que estas actúen de acuerdo a su propio contexto.

2.3.5. Ejes estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial

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

- a) Ética y gobernabilidad empresarial.** Actuar éticamente y practicar los valores va a ayudar solucionar las controversias que se presentan, de acuerdo a los principios que orientan la toma de decisiones y la forma en que se debe dirigir el negocio. Sus rasgos son: misión, visión, valores, código de conducta y legalidad.
- b) Calidad de vida.** La Empresa debe crear un ambiente de trabajo seguro, favorable, participativo, estimulante, creativo y no discriminatorio; en el que todos sus miembros interactúen bajo sólidas

bases de integridad y respeto, que propicien su desarrollo profesional y humano, contribuyendo a mejorar su calidad de vida. Recibiendo a cambio beneficios como: eficiencia individual y colectiva. Sus rasgos son: diversidad y seguridad laboral, condiciones laborales, balance trabajo-familia, capacitación y desarrollo profesional.

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

d) Cuidado y preservación del medio ambiente. La empresa, independientemente de cumplir con las normas legales aplicables a su sector, debe promover modelos de autorregulación e iniciativas voluntarias que ayuden a mejorar tanto su desempeño ambiental como el desempeño de la cadena de valor de la que es partícipe. Lo anterior debe reflejarse en indicadores que evidencien el compromiso de la empresa. Así mismo, la empresa debe instituir y conservar un marco legal que ayude a promover además del crecimiento económico, la protección del ambiental. Los rasgos son: inversión, información y comunicación ambiental, políticas y operaciones ambientales, capacitación y programas ambientales, manejo del impacto ambiental, relaciones externas, instalaciones, transporte, entrada y salida de recursos.

2.3.6. Indicadores Ethos-Perú 2021 de RSE

Estos indicadores, que constituyen una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de RSE, han sido diseñados con el fin de colaborar con las empresas u organizaciones en el desarrollo de sus políticas, así como en la planificación estratégica de sus actividades de responsabilidad social.

Esta herramienta que fue desarrollada a partir del año 2006, fue el resultado del trabajo de diversas organizaciones latinoamericanas como Perú 2021, CERES de Ecuador, COBORSE de Bolivia, CCRE de Colombia, UNIRSE de Nicaragua y IARSE de Argentina, quienes formaron el Programa latinoamericano de responsabilidad social empresarial (PLARSE).

Como resultado de este trabajo se obtuvo un indicador, el mismo que al ser adaptado a la realidad del Perú fue denominado Indicadores ETHOS-PERU 2021 de RSE. Este indicador contiene diferentes iniciativas y normas relacionadas con la RSE y además forma parte de un único patrón de indicadores de RSE para todos los países que forman parte del PLARSE.

Los indicadores ETHOS-PERU 2021 comprenden indicadores generales para todos los países que participan en el PLARSE e indicadores locales para cada país. El objetivo de estos indicadores es establecer un único patrón de indicadores de RSE aplicable a todos los países de América Latina que conforman el PLARSE.

Estos indicadores contemplan lo siguiente:

- **Indicadores de profundidad:** estos contienen aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano.

- **Indicadores binarios y cuantitativos:** estos contienen aspectos particulares de cada país miembro del PLARSE.

Los indicadores ETHOS-PERU 2021 han sido estructurados en forma de cuestionario cuyo desarrollo se hace a través de un sistema virtual. Este sistema permite a cada empresa ver los resultados de su información proporcionada, presentando un informe de diagnóstico. Además, permite compararse con las mejores empresas de la región que hayan desarrollado el cuestionario en el mismo período.

El Contenido de los Indicadores Ethos-Perú 2021, es como se detalla a continuación:

a) Valores, transparencia y gobierno corporativo

- **Autorregulación de la conducta**

Indicador N° 1: Compromisos éticos.

Indicador N° 2: Arraigo en la cultura organizativa.

Indicador N° 3: Gobierno corporativo.

- **Relaciones transparentes con la sociedad**

Indicador N° 4: Relaciones con la competencia.

Indicador N° 5: Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (*Stakeholders*).

Indicador N° 6: Balance social/ reporte de sostenibilidad.

b) Público interno

- **Diálogo y participación**

Indicador N° 7: Relaciones con sindicatos u otras asociaciones de empleados.

Indicador N° 8: Gestión participativa.

- **Respeto al individuo**

Indicador N° 9: Compromiso con el futuro de los niños.

Indicador N° 10: Compromiso con el desarrollo infantil.

Indicador N° 11: Valoración de la diversidad.

Indicador N° 12: Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.

Indicador N° 13: Compromiso con la promoción de la equidad de género.

Indicador N° 14: Relaciones con trabajadores tercerizados.

- **Trabajo decente**

Indicador N° 15: Política de remuneración, prestaciones y carrera.

Indicador N° 16: Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo.

Indicador N° 17: Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.

Indicador N° 18: Conducta frente a despidos.

Indicador N° 19: Preparación para jubilación.

c) Medio ambiente

- **Responsabilidad frente a las generaciones futuras**

Indicador N° 20: Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental.

Indicador N° 21: Educación y concientización ambiental.

- **Gerenciamiento del impacto ambiental**

Indicador N° 22: Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios.

Indicador N° 23: Sustentabilidad de la economía forestal.

Indicador N° 24: Minimización de entradas y salidas de insumos.

d) Proveedores

- **Selección, evaluación y alianza con proveedores**

Indicador N° 25: Criterios de selección y evaluación de proveedores.

Indicador N° 26: Trabajo infantil en la cadena productiva.

Indicador N° 27: Trabajo forzado en la cadena productiva.

Indicador N° 28: Apoyo al desarrollo de proveedores.

e) Consumidores y clientes

- **Dimensión social del consumo**

Indicador N° 29: Política de comunicación comercial.

Indicador N° 30: Excelencia de la atención.

Indicador N° 31: Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

f) Comunidad

- **Relaciones con la comunidad local**

Indicador N° 32: Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.

Indicador N° 33: Relaciones con organizaciones locales.

- **Acción social**

Indicador N° 34: Financiamiento de la acción social.

Indicador N° 35: Involucramiento con la acción social.

g) Gobierno y sociedad

- **Transparencia política**

Indicador N° 36: Contribuciones para campañas políticas.

Indicador N° 37: Construcción de la ciudadanía por las empresas.

Indicador N° 38: Prácticas anticorrupción y anticoima.

- **Liderazgo social**

Indicador N° 39: Liderazgo e influencia social.

Indicador N° 40: Participación en proyectos sociales gubernamentales.

2.3.7. Los Grupos de Interés o *stakeholders*

Según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas² (2003), Los grupos de interés o *stakeholders*, son aquellos individuos o grupos sociales afectados de alguna forma por la acción de una empresa u organización, sobre la cual tienen algún un interés por su desempeño, e influyen en el logro de sus objetivos y su supervivencia.

Los grupos de interés o *stakeholders* pueden clasificarse de la siguiente manera:

a) Grupos de Interés internos.

Son los grupos sociales o individuos que se encuentran dentro de la estructura de la empresa u organización, entre los que se encuentran:

- **Empleados:** Son aquellas personas que trabajan en la empresa bajo las condiciones de un contrato laboral o profesional, y reciben como contraprestación una retribución dineraria y/o en especie. En función de la naturaleza del trabajo, el sector empresarial y las propias particularidades de la organización pueden distinguirse

² La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) se funda en 1979. Es una entidad no lucrativa, de carácter privado, declarada de utilidad pública en 1982. AECA es la única institución profesional española emisora de Principios y Normas de Contabilidad generalmente aceptados y de pronunciamientos y estudios sobre buenas prácticas en gestión empresarial.

diferentes categorías laborales. En términos generales se puede agrupar a los empleados en dos grandes grupos: directivos y no directivos.

El término empleado abarca también a aquellas personas que no están acogidas por una empresa u organización empleadora, como por ejemplo al profesional de libre ejercicio, al trabajador por cuenta propia o aquellas otras personas cuya relación laboral la tienen con una empresa empleadora intermediaria.

- **Accionistas y/o propietarios:** Son aquellas personas, entidades u organizaciones que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Según su personería jurídica se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales. Los empleados, por su parte, también pueden ser accionistas.

El accionista implicado en la gestión y marcha del negocio se acerca al concepto de empresario. Por el contrario, el accionista que busca únicamente rentabilidad económica por sus aportes se le relaciona con la figura de inversor externo.

b) Grupos de Interés externos.

Son aquellos grupos sociales o individuos que no pertenecen a la estructura interna de la empresa u organización, sin embargo, tienen relación con ésta; entre estos se encuentran:

- **Clientes:** También conocidos como consumidores o usuarios, son quienes hacen uso o consumo de los productos y servicios ofrecidos por las empresas. Representan el grupo social hacia el

cual se dirige la actividad de la empresarial, es decir el negocio de la empresa. Los ingresos obtenidos por las ventas de estos productos y servicios deberían alcanzar para cubrir los costos de producción y el margen de ganancia esperado. Por lo tanto, los clientes representan el componente principal de la empresa, siendo imprescindibles para la supervivencia de ésta. La captación, satisfacción y fidelización de los clientes son aspectos fundamentales en la gestión empresarial.

- **Proveedores:** Son las personas u organizaciones que tienen relación comercial con la empresa, a quien le suministran productos y/o servicios sin pertenecer a su estructura organizacional. Dicha relación puede estar plasmada en un contrato comercial que establece los compromisos asumidos tanto por la empresa como por el proveedor.

Los proveedores pueden estar integrados en la cadena de valor de la empresa y en ocasiones pueden trabajar exclusivamente con ella, aportando componentes esenciales para sus productos.

- **Competidores:** Son aquellas empresas que ofrecen productos y servicios similares a los ofrecidos por otra empresa a los mismos clientes o consumidores. En ocasiones, a fin de captar nuevos clientes o satisfacer las nuevas necesidades de los clientes actuales, surgen alianzas temporales entre competidores, a fin de alcanzar estándares de calidad, no siempre logrables de forma individual.

- **Agentes sociales:** Son aquellos grupos de interés cuyas acciones pueden influir de manera significativa en la gestión de una empresa, incluso condicionando su permanencia en el futuro. Los agentes sociales pueden ser variados y tener distintos fines, pudiendo agrupar a un amplio número de individuos y organizaciones, como, por ejemplo: asociaciones de consumidores, sindicatos de trabajadores, agrupaciones de proveedores, organismos normalizadores, cámaras de comercio, etc.

Los agentes sociales representan a otros grupos intervinientes como los empleados, los consumidores, los proveedores, el medio ambiente, reforzando habitualmente la demanda de sus intereses; por lo que se constituyen en los grupos de interés más representativos, siendo los sindicatos de trabajadores y las organizaciones empresariales quienes tienen especial relevancia por su capacidad de negociación respaldada por la legislación.

Los grupos de opinión, especialmente los medios de comunicación, son otro grupo de agentes sociales cuya acción puede afectar significativamente la gestión de la empresa, por su capacidad de influir en la opinión de muchos otros grupos de interés, es así que, pueden ser determinantes en las relaciones empresa-sociedad y en la reputación de la empresa.

- **Administraciones públicas:** Son los organismos públicos del estado, tanto nacionales como locales con potestad para establecer el marco jurídico en el que las empresas desarrollan sus actividades. Este marco establece deberes y derechos a las organizaciones.

- **Comunidad local:** son el conjunto de entidades públicas o privadas del entorno local a las actividades desarrolladas por la empresa. Entre las que destacan: la iglesia, las asociaciones vecinales, las ONGs, los partidos políticos, etc.

- **Sociedad y público en general:** Este grupo de interés está constituido por aquellas personas y organizaciones que, aun no teniendo relación directa con la empresa, pueden influir en ésta por medio de su opinión respecto de determinadas acciones que, según su criterio, pueden producir efectos positivos o negativos para la sociedad en general.

- **Medio ambiente y generaciones futuras:** Es el entorno físico natural en el que se incluye al aire, agua, tierra, flora, fauna, recursos no renovables (minerales y combustibles), así como el patrimonio cultural, artístico y natural. El medio ambiente está representado también como un grupo de interés en los agentes sociales por medio de las asociaciones de protección de la naturaleza, o las organizaciones de preservación del patrimonio histórico.

El interés por conservar el ambiente natural gira alrededor del concepto de legado para las generaciones futuras, siendo importante considerar a éstas como un grupo de interés en el presente.

2.3.8. Crecimiento empresarial

Según Canals (2000), se puede entender por "crecimiento" a la expansión que la empresa realiza hacia mercados nuevos, tanto en clientes como geográficamente. Las empresas en crecimiento se expanden hacia nuevos mercados, nuevos segmentos de mercado, nuevas regiones, e incluso hacia nuevos países.

Blázquez, Dorta y Verona (2006), definen al crecimiento empresarial como el proceso de adaptarse a los cambios que el entorno exige o así como a los cambios promovidos por el espíritu emprendedor de los directivos, por lo cual, la empresa se ve obligada a ampliar o desarrollar su capacidad de producción por medio de la adquisición o ajuste de nuevos recursos, realizando para ello cambios en la organización que soporten las modificaciones realizadas; todo ello debe estar avalado por la capacidad financiera de la empresa que le permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo (Citado por Aguilera & Puerto, 2012, p. 14).

Fernández, García y Ventura (1988), definen al crecimiento empresarial como un índice del comportamiento de la empresa que mide su aptitud para ampliar sus posibilidades comerciales, financieras y técnicas en mercados con un alto grado de dinamismo tecnológico y, en consecuencia, con altas cuotas de incertidumbre, esto obliga a las empresas a querer mantener una paridad competitiva con sus más directos competidores, a igualar, por lo menos, la generación de recursos para desarrollar sus estrategias de inversión en I+D, marketing y nuevos equipos productivos, asegurando con ello la supervivencia (p. 3).

Estas dos últimas definiciones se caracterizan por tener dar importancia al ambiente externo (concretamente al mercado) de las empresas y así mismo enfatizan en que éstas deben tratar de mantener o superar todas aquellas fuerzas que intervienen en su buen funcionamiento; es por esto que el crecimiento empresarial debe ser considerado como un proceso dinámico que genera cambios positivos para las empresas, cambios que por lo general suelen ser cuantitativos, como crecimiento financiero, crecimiento de mercado, crecimiento productivo, entre otros, siendo esto lo que la mayoría de los directivos esperan; sin embargo, se debe tener en cuenta que para lograr tales cambios, las empresas necesitan de otros cambios de naturaleza cualitativa y que son de gran importancia para el logro de los resultados esperados por los directivos. Entre estos cambios cualitativos, el de mayor importancia e impacto es el vinculado con las personas (principalmente en lo relacionado con los cambios en la estructura y los procesos de dirección y control) pues son ellas quienes en última instancia se encargan de generar los cambios; sin olvidar que existen variables que por más que se quieran controlar no lo permiten, pudiendo afectar significativamente los resultados esperados (todo lo referente al medio ambiente) (Citado por Aguilera & Puerto, 2012, p. 14-15).

2.3.9. Factores del crecimiento empresarial

Blázquez; Dorta y Verona (2006), indican que el crecimiento empresarial está condicionado por diversos factores, tanto internos como externos, por lo que se hace importante analizar estos factores, a fin de explicar por qué el crecimiento puede ser adoptado por la dirección de la empresa como estrategia que ayude a lograr una mayor competitividad y así como un mejor posicionamiento en el mercado donde opera.

a) Factores internos

Muchas veces resulta difícil determinar aquellos factores que promueven o condicionan el crecimiento de la empresa, más aún cuando el punto de partida se centra en los aquellos factores que desde el ambiente interno pueden generar potencialidades que impulsen dicho crecimiento. Esta afirmación parece lógica si se tiene en cuenta que las expectativas del empresario o directivo de la empresa se centran, comúnmente, en el análisis del ambiente externo. Sin embargo, en los últimos años han tomado fuerza nuevas tendencias cuyo análisis se ha centrado en el estudio de los factores internos que ayudan a explicar el posicionamiento que determinadas empresas han alcanzado con el tiempo. En consecuencia, se toman como factores internos que promueven el crecimiento, los siguientes:

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

b) Factores externos

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

Factores externos relativos al entorno sectorial, entre los que se encuentran:

- Clientes.
- Competidores.
- Proveedores.

Factores externos de nivel superior o macro entorno, entre los que se encuentran:

- La demanda.
- La accesibilidad a créditos privados.
- Las mejoras tecnológicas.
- El apoyo gubernamental.

2.3.10. La MYPE en el Perú

- Definición y características de la MYPE

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

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas (art. 2).

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

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: de uno (1) hasta diez (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (art. 2).

Así mismo el Decreto Supremo N° 013 (2013), establece lo siguiente:

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

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

Cuadro N° 01: Características de la MYPE

Tamaño de empresa	N° de trabajadores	Monto de ventas
Micro empresa	De 1 hasta 10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 1 hasta 100	Mayor a 150 UIT Hasta 1700 UIT

Fuente: D. Leg. N° 1086 y D. Sup. N° 013.

Elaboración: propia.

Fischman (2019), indica que el Perú es uno de los pocos países que subdivide su clasificación en micro, pequeñas y medianas empresas. Se habla de las MYPE cuando se refiere a las micro empresas y a las pequeñas empresas, y de PYME cuando se refiere a las pequeñas empresas y a las medianas empresas. Esta clasificación es porque las MYPES son las más numerosas y destacables en el país, generando un 75% de los empleos, según datos de la Cámara de Comercio de Lima. Así mismo el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), indica que existen aproximadamente 6.2 millones de MYPES. Por otro lado, según PROMYPE las micro y pequeñas empresas son responsables 42% de la producción nacional.

- **Importancia de las MYPES en el Perú**

Según el portal PQS³ (2019), las MYPES son importantes para la economía peruana porque:

- Aportan al PBI: Según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), las MYPES aportan, alrededor del 40% del PBI (Producto Bruto Interno), por lo que, se encuentran entre las mayores promotoras del crecimiento económico del país.
- Ayudan a la generación de empleo: Las MYPES tienen una participación fundamental en la de generación de empleo, inclusión social, lucha contra la pobreza, innovación y competitividad. Siendo así que, en conjunto, generan hasta el 47% del empleo en América Latina.

³ La plataforma PQS, es un “ecosistema emprendedor”, en donde ideas, planes de negocio, experiencias, noticias e historias de éxito son exhibidas y compartidas, impulsando así las iniciativas que cualquier emprendedor podría tener.

- **Motor de desarrollo:** En el Perú las MYPES abarcan el 98,6% de las unidades empresariales, proporcionando oportunidad de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que, a su vez, contribuyen al desarrollo de la economía del país. Además, al mismo tiempo las MYPES van desarrollándose y creciendo, otras van apareciendo, ayudando así a dinamizar la economía.
- **Empresas:** En el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de las MYPES, cantidad que va en aumento año tras año, de acuerdo a la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex Perú).
- **Mujeres emprendedoras:** Según datos del Ministerio de la Producción, al cierre del año 2017, en el Perú se registraron 1 millón 270 mil MYPES lideradas por mujeres. Del total de estas el 79,5% se ubican en regiones al interior del país y el 20,5% están ubicadas en Lima, siendo las regiones con mayor preponderancia Cusco, Junín, Puno, Piura y La Libertad.
- **Créditos MYPES:** Al mes de enero del 2018 las colocaciones de créditos en las MYPES, de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), llegaron a un monto de S/ 11,831 millones, lo que representa un crecimiento del 13,7% respecto al mismo periodo del año 2017, en donde las colocaciones llegaron a un monto de S/ 10,406 millones.

- **Estructura Empresarial por Segmento Empresarial**

Micro empresa: Según el INEI, al término del año 2018, el número de microempresas llegó a una cifra de 2 millones 270 mil 423, registrando un incremento respecto del año anterior del 4,0%; destacando el

crecimiento en los departamentos de Huancavelica (6,9%), La Libertad (6,0%), Cajamarca (5,6%), Áncash (5,0%), Huánuco (4,9%), Junín y Amazonas (4,8% cada uno), Lambayeque (4,7%), entre los principales. Por otro lado, los departamentos que crecieron en menor proporción fueron Cusco (1,9%), Loreto (1,6%) y Moquegua (1,4%).

Además, las microempresas concentraron el 94,9% del total de empresas a nivel nacional, demostrando su importancia no solo en número de empresas sino también en la generación de empleo, así como su participación en el desarrollo socioeconómico del país.

El departamento con mayor número de microempresas es Lima concentrando el 44,9%, seguido de los departamentos de Arequipa con 127 mil 842 (5,6%), La Libertad con 122 mil 291 (5,4%), Piura con 99 mil 862 (4,4%), Cusco con 88 mil 598 y Junín con 87 mil 537 (3,9%) respectivamente. En estos departamentos se concentra el 68.1% del total de microempresas.

Pequeña empresa: Según el INEI, al término del año 2018, las pequeñas empresas se incrementaron en 1,5% respecto al año anterior constituyendo el 4,2% del total nacional, siendo el departamento de Lima el que concentró el mayor número, con un total de 57 mil 822, lo que representa el 57,6% del total, seguido de los departamentos de Arequipa con 5 mil 254 (5,2%), La Libertad con 4 mil 604 (4,5%), Piura con 3 mil 224 (3,2%) y la Provincia Constitucional del Callao con 3 mil 62 (3,0%). Estos cinco departamentos concentran el 73,5% del total de pequeñas empresas. Así mismo entre los departamentos que tuvieron una mayor variación porcentual se encuentran Puno con 4,7%, Ica con 3,9%, Piura y Lambayeque con 3,2% respectivamente, y de Tumbes con 3,1%.

- Evolución de las MYPES

Según datos del INEI, en el año 2018 las MYPES presentaron una tasa de crecimiento del 3,9% respecto del año anterior, siendo las pequeñas empresas las que tuvieron una mayor tasa de crecimiento promedio durante los últimos cinco años con un 6,7%, seguido de las microempresas con el 6,2%.

Cuadro N° 2:
Perú: Evolución de las MYPES, 2014-18

Año	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 2018/17	Tasa de crecimiento 2018/14
Microempresas	1,787,857	1,933,525	2,011,153	2,183,121	2,270,423	4.0	6.2
Pequeñas empresas	77,503	89,993	92,789	98,942	100,443	1.5	6.7
Total MYPE	1,865,360	2,023,518	2,103,942	2,282,063	2,370,866	3.9	6.2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Directorio Central de Empresas y Establecimientos
Elaboración: Propia

- MYPES en Cajamarca

Según datos de la SUNAT (2018), de acuerdo al registro de contribuyentes afectos al régimen MYPE tributario, en el departamento de Cajamarca se encuentran registradas un total de 10,242 MYPES.

Cuadro 3:
Contribuyentes registrados ante la SUNAT en el distrito, provincia y
departamento de Cajamarca, afectos al régimen MYPE tributario:
año 2018

Ubicación	Total MYPES
Departamento de Cajamarca	10,242
Provincia de Cajamarca	5,366
Distrito de Cajamarca	4,866

Fuente: SUNAT

Elaboración: División de Estadística - Gerencia de Estudios Económicos- SUNAT.

2.4. Definición de términos básicos

- **Actividad:** Viene a ser las diferentes acciones, ejercicios o tareas efectuadas por un individuo, guiado por su razón, instinto, voluntad o emoción frente a un determinado objetivo o situación.

- **Cliente:** Individuo u organización que compra la propiedad de productos o servicios, ofrecidos por profesionales o empresas, con fines privados, comerciales o públicos.

- **Consumidor:** Individuo u organización que consume o utiliza productos o servicios a fin de satisfacer alguna necesidad.

- **Comportamiento ético:** Comportamiento acorde a los principios de buena conducta aceptados en un determinado contexto o situación y que es coherente con la normativa internacional de comportamiento.

- **Comunidad:** Grupo o conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas y que tienen elementos o intereses en común.
- **Crecimiento:** Aumento del tamaño, la cantidad o la intensidad de algo.
- **Cumplimiento:** Acción de cumplir o cumplirse.
- **Desarrollo sostenible:** Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.
- **Empleo:** Acción y efecto de generar trabajo y ofrecer puestos laborales. Emplear es un verbo que hace referencia al hecho de mantener ocupado a un individuo, ya sea, solicitándole un servicio o contratándolo para una determinada función remunerada.
- **Empleado:** Individuo que mantiene una relación reconocida como “relación de empleo” en la legislación o práctica nacionales.
- **Esfera de influencia:** Viene a ser el ámbito o alcance de una relación económica, contractual, política, o de cualquier otra índole, por medio de la cual una organización posee la capacidad de afectar las actividades o decisiones de individuos u organizaciones.
- **Gestión empresarial:** Es el uso de un grupo de herramientas gerenciales con el fin de alcanzar los propósitos de la empresa, como la planeación, organización, dirección, control, finanzas, contabilidad, marketing, sistemas de información, tecnología informática, etc.

- **Influencia:** Cualidad de una persona o cosa que le otorga la capacidad de ejercer un determinado control sobre alguien o algo.
- **Medio ambiente:** Es el entorno natural en el cual una organización desarrolla sus actividades, incluyendo el suelo, el agua, el aire, los recursos naturales, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones.
- **Organización:** Es la asociación o grupo de personas que se interrelacionan y utilizan recursos de diversa índole a fin de lograr determinadas metas u objetivos.
- **Patrimonio:** Conjunto de bienes propios de una persona o de una institución, susceptibles de estimación económica.
- **Principio:** Base fundamental para la toma de decisiones o para determinar un comportamiento.
- **Producto:** Cosa o artículo producido natural o artificialmente y que es ofrecido para su venta o forma parte de un servicio.
- **Programa:** Proyecto o plan que ordena las distintas actividades o partes integrantes de algo que se va a realizar.
- **Proveedor:** Persona que provee o abastece a otra persona de lo necesario o conveniente para un fin determinado.
- **Relación:** Es el trato o unión que existe entre dos o más personas o entidades.

- **Rendición de cuentas:** Condición de responder por decisiones y actividades ante los órganos de gobierno de la organización, autoridades competentes y, más ampliamente, ante sus partes interesadas.
- **Responsabilidad social:** Es la responsabilidad que tiene una organización por el impacto de sus actividades y decisiones sobre la sociedad.
- **Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** Es una expresión de la voluntad de las empresas a dar cumplimiento no sólo de sus obligaciones con los accionistas, sino también a sus grupos de interés.
- **Servicio:** Acción de una organización orientada a satisfacer una necesidad de sus clientes o consumidores.
- **Trabajador:** Persona que desempeña un trabajo, ya sea como empleado o por cuenta propia.
- **Transparencia:** Actitud de mostrar de manera clara, honesta, oportuna y completa la realidad de los hechos.
- **Utilidad:** Es el beneficio que se saca de una cosa. En finanzas, es la ganancia que se consigue a partir de una venta o una inversión.
- **Volumen de ventas:** Es el conjunto de ventas realizadas por una empresa en un periodo de tiempo determinado.

CAPITULO III

PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General:

- La RSE influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.

3.1.2. Hipótesis Específicas:

- La RSE, en su dimensión social, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.
- La RSE, en su dimensión económica, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.
- La RSE, en su dimensión medio ambiental, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.

3.2. Variables

3.2.1. Variable independiente.

X1: Responsabilidad Social Empresarial.

3.2.2. Variable dependiente.

Y1: Crecimiento empresarial.

3.3. Operacionalización de los componentes de las hipótesis

HIPOTESIS	VARIABLES	DEFINICION DE LAS VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
La RSE influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.	VARIABLE INDEPENDIENTE X1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.	Social	Cumplimiento de obligaciones de ley con los trabajadores.
				Actividades de impacto social.
			Económica	Utilidad neta.
	Pago de impuestos.			
	Medio ambiental		Actividades de protección del medio ambiente.	
	VARIABLE DEPENDIENTE Y1: CRECIMIENTO EMPRESARIAL		Es el proceso a través del cual la empresa aumenta de tamaño o de dimensión, generalmente como consecuencia del incremento de la demanda.	Económica
Patrimonial		Capital empresarial		

CAPITULO IV

MARCO METODOLOGICO

4.1. Ubicación geográfica.

La presente investigación se realizó en el distrito de Cajamarca, ubicado en la provincia de Cajamarca, departamento de Cajamarca. El departamento de Cajamarca se encuentra en la sierra norte del país, con una superficie de 33,317.54 km²; limita por el norte con la República del Ecuador, por el sur con la Región La Libertad, por el este con la Región de Amazonas y por el oeste con las Regiones de Lambayeque y Piura.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) a octubre del 2018, el departamento de Cajamarca cuenta con una población estimada de 1,540,000 habitantes, siendo el cuarto departamento más poblado del país, después de Lima (10,294,000), La Libertad (1,928,000) y Piura (1,887,000). La población se ubica principalmente en las provincias de Cajamarca (zona sur), Jaén (zona norte) y Chota (zona centro), que concentran el 49,2 por ciento de la población regional. Según género, la distribución se muestra equilibrada, al representar la población masculina y femenina el 50,4 y 49,6 por ciento, respectivamente, de la población total. En tanto, según ámbito geográfico, el 65,7 por ciento de la población es rural y el 37,3 por ciento, urbana.

4.2. Diseño de la investigación

El estudio se realizó mediante una investigación de tipo no experimental (descriptivo-correlacional) ya que no se tuvo la intención de manipular las variables de forma deliberada, teniendo como fin la recolección de datos y el análisis de las variables en un momento determinado.

- **Descriptivo:** porque se basa en la observación y descripción del comportamiento de las MYPES de la ciudad de Cajamarca sin tener ningún tipo de influencia sobre ellas, buscando identificar el grado de responsabilidad social empresarial que puede existir en ellas.
- **Correlacional:** porque tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre las dos variables objeto de estudio (responsabilidad social y crecimiento empresarial), en un contexto en particular.

4.3. Método de investigación

En el presente estudio se emplearon los siguientes métodos:

4.3.1. Método de observación:

Este método permitió observar la gestión empresarial de las MYPES, a fin de recopilar la mayor cantidad de información en un momento determinado.

4.3.2. Método inductivo–deductivo:

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

4.4. Población, muestra y unidad de análisis

4.4.1. Población

La población estuvo constituida por las MYPES del distrito de Cajamarca, para lo cual se ha tomado datos según registros de la SUNAT, en donde

se encuentran registradas un total de 4,866⁴ MYPES, las que constituirán nuestra población.

4.4.2. Muestra

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

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población: 4,866 MYPES.

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

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

E = Representa el nivel de error de la estimación: 10%.

Luego, reemplazando los datos en la ecuación anterior se obtuvo una muestra de 79 MYPES a encuestar.

4.4.3. Unidad de análisis.

Está constituida por las MYPES que desarrollan sus actividades en el ámbito del distrito de Cajamarca.

⁴ SUNAT - Contribuyentes registrados ante la SUNAT en el distrito, provincia y departamento de Cajamarca, afectos al régimen MYPE tributario: año 2018.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

4.5.1. Observación.

Esta técnica permitió tener una visión directa de las MYPES y su relación con actividades de Responsabilidad Social recopilando información de primera mano.

4.5.2. Encuesta.

Para la investigación se utilizó la encuesta, mediante un cuestionario de 24 preguntas con escalamiento tipo Likert, orientado a identificar las variables en estudio (Ver apéndice N° 1).

Así mismo, antes de la aplicación del cuestionario se determinó la validez de su contenido, pertinencia y redacción a través de la evaluación de expertos, quienes determinaron que el instrumento era adecuado para su aplicación.

Además, la consistencia interna del cuestionario se midió mediante el estadístico de fiabilidad alfa de *Cronbach*, utilizando el software estadístico SPSS, el cual arrojó un valor de 0.821 para 24 ítems, indicando buena fiabilidad para este instrumento de la escala general; es decir el instrumento utilizado tiene una alta confiabilidad.

Tabla 01: Estadísticas de fiabilidad general

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.821	24

Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.

4.5.3. Análisis documental.

Para la investigación se hizo uso de un conjunto de datos bibliográficos que se ha logrado recopilar, información de entidades públicas y privadas, libros, investigaciones previas, tesis y otros documentos referentes al tema.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento de información se utilizó como soporte el programa Excel y el software SPSS, permitiendo el análisis e interpretación de los resultados el cual se realizó a través de tablas y gráficos con su respectiva interpretación.

4.7. Matriz de consistencia metodológica

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	METODOLOGIA	POBLACION Y MUESTRA		
¿Tiene la RSE alguna influencia en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca?	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE X1: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Social	Cumplimiento de obligaciones de ley con los trabajadores.	Observación, Encuesta y análisis documental.	1. Diseño de la investigación: No experimental.	Población: MYPEs del distrito de Cajamarca.		
	Determinar la influencia de la RSE en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 -2018.	La RSE influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca.			Actividades de impacto social.					
	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS		La RSE, en su dimensión económica, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca.	Económica				Utilidad neta.	2. Nivel: Descriptivo - Correlacional
									Pago de impuestos.	
	Determinar la influencia de la RSE en su dimensión social frente al crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.	La RSE, en su dimensión social, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca.	Medio ambiental	Actividades de protección del medio ambiente.						
	Determinar la influencia de la RSE en su dimensión económica frente al crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.	La RSE, en su dimensión económica, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca.	VARIABLE DEPENDIENTE Y1:	Económica	Volumen de Ventas.		3. Métodos de investigación: observación, inductivo-deductivo.			
	Determinar la influencia de la RSE en su dimensión medioambiental frente al crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca, en el periodo 2017 - 2018.	La RSE, en su dimensión medioambiental, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPEs del distrito de Cajamarca.	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Patrimonial	Capital empresarial					

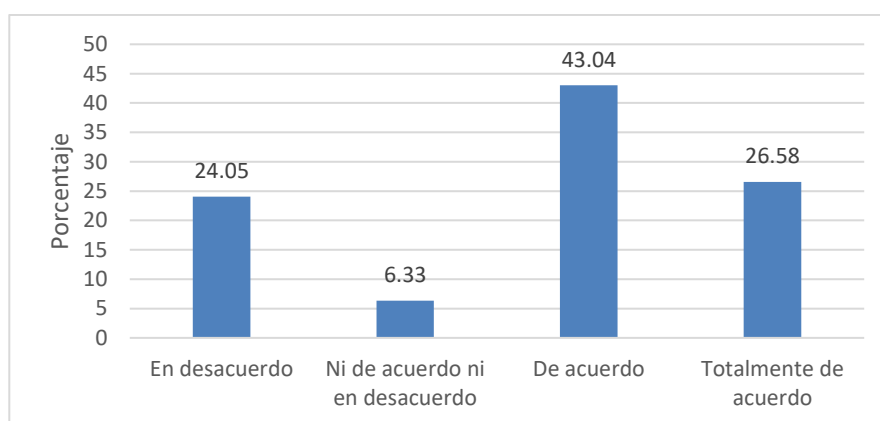
CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSION

5.1. Análisis e interpretación de resultados

De la encuesta aplicada se tienen los siguientes resultados:

Gráfico N° 1
Pagamos salarios por encima del mínimo vital.

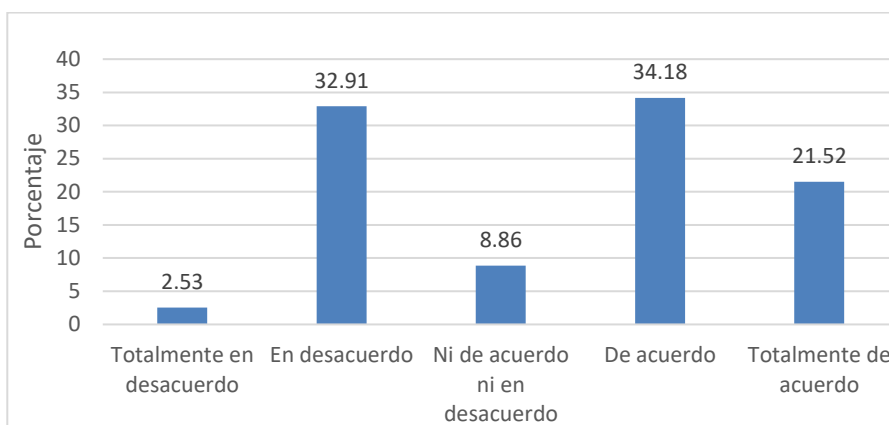


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 1 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con pagar salarios por encima del mínimo vital: 43.04% de acuerdo y 26.58% totalmente de acuerdo.

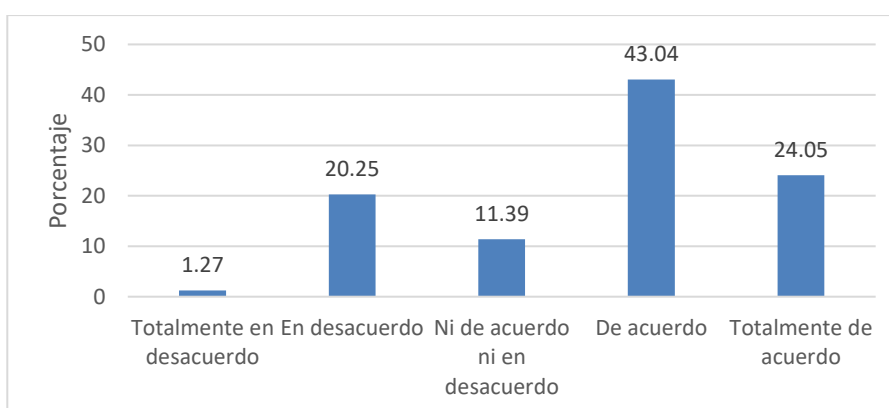
Gráfico N° 2
Cumplimos con la asignación de periodo vacacional
a nuestros empleados.



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
 Elaboración propia.

En el gráfico N° 2 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con la asignación de periodo vacacional a los empleados: 34.18% de acuerdo y 21.52% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 3
Fomentamos la formación y el desarrollo profesional
de los empleados.

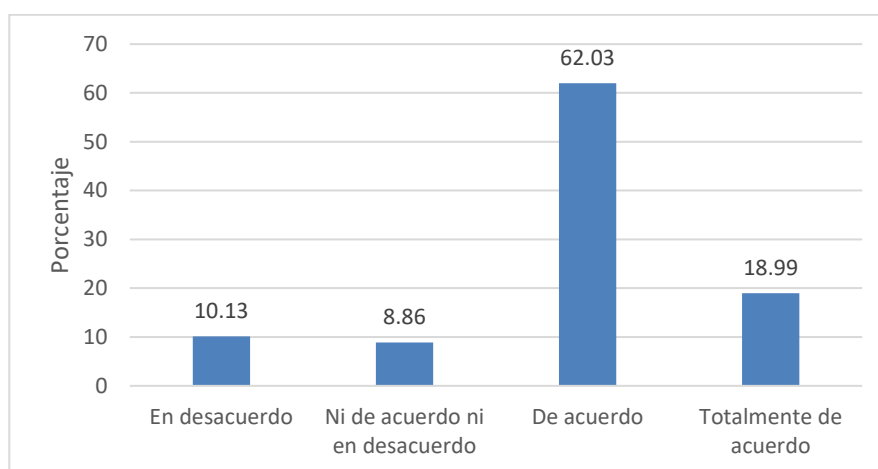


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
 Elaboración propia.

En el gráfico N° 3 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con fomentar la formación y el desarrollo profesional de los empleados: 43.04% de acuerdo y 24.05% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 4

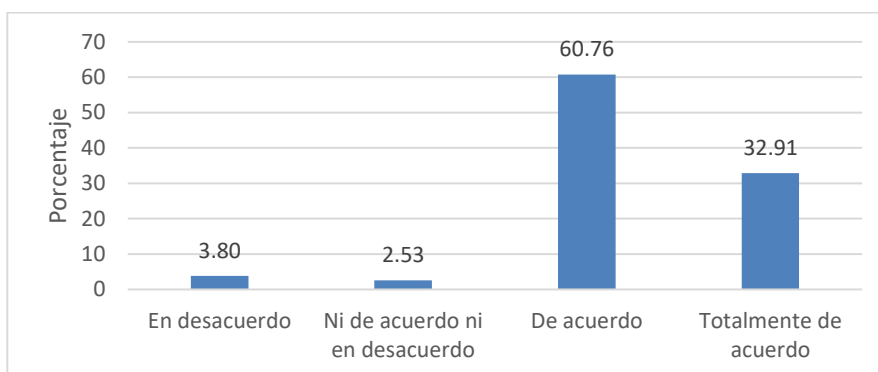
Tenemos políticas laborales que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal de nuestros empleados



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 4 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con tener políticas laborales que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal de sus empleados: 62.03% de acuerdo y 18.99% totalmente de acuerdo).

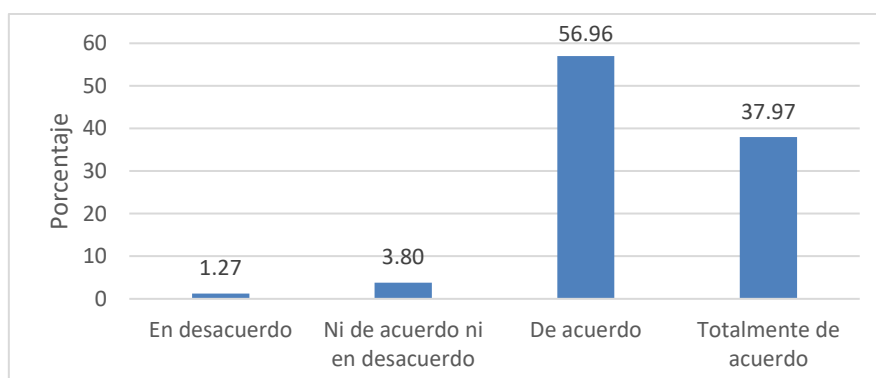
Gráfico N° 5
Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
 Elaboración propia.

En el gráfico N° 5 se observa que el mayor porcentaje de encuestados indica tener niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales: 60.76% de acuerdo y 32.91% totalmente de acuerdo

Gráfico N° 6
Estamos comprometidos con la creación de empleo (creación de nuevos puestos, aceptación de practicantes)

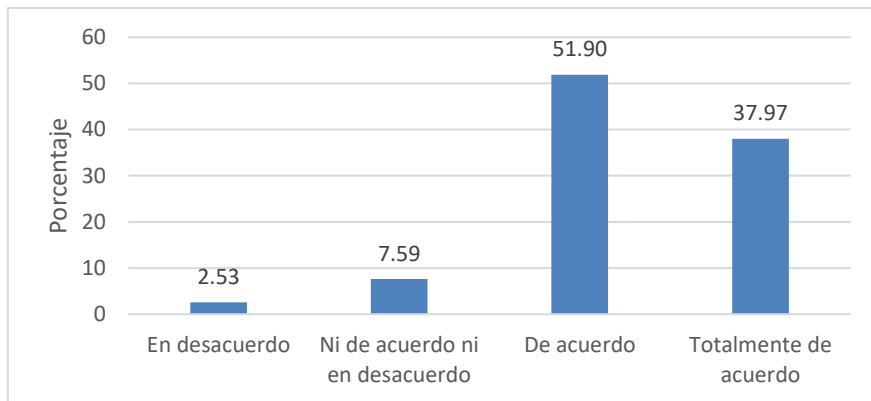


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
 Elaboración propia.

En el gráfico N° 6 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con estar comprometidos con la creación de empleo: 56.96% de acuerdo y 37.97% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 7

Estamos dispuestos a dar oportunidad de trabajo a personas con discapacidad.

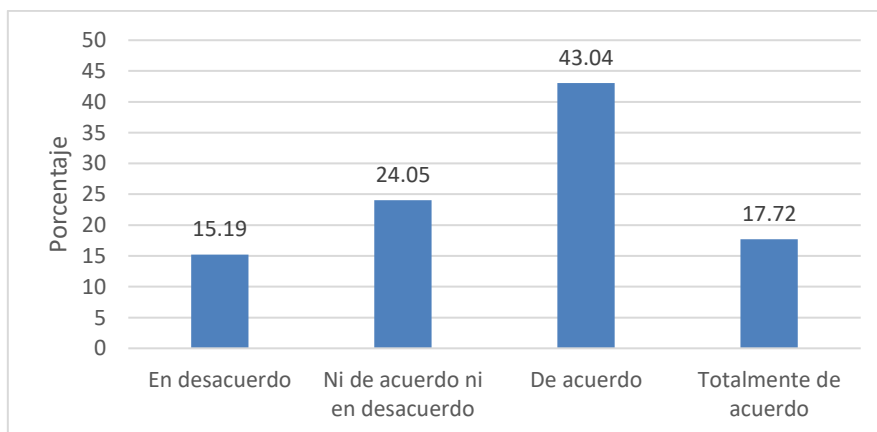


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 7 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con estar dispuestos a dar oportunidad de trabajo a personas con discapacidad: 56.96% de acuerdo y 37.97% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 8

Participamos y/o apoyamos en proyectos sociales destinados a la comunidad.

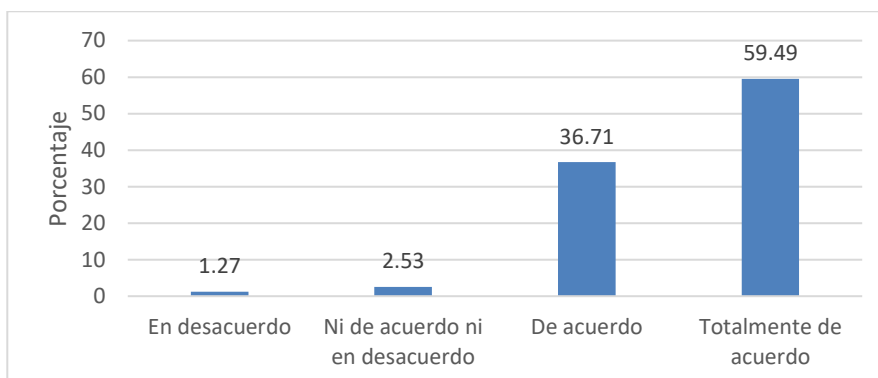


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 8 se observa que el mayor porcentaje de encuestados participan y/o apoyan proyectos sociales destinados a la comunidad: 43.04% de acuerdo y 17.72% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 9

Nos preocupamos por la mejor utilización de recursos a fin de reducir los costos operativos de la empresa



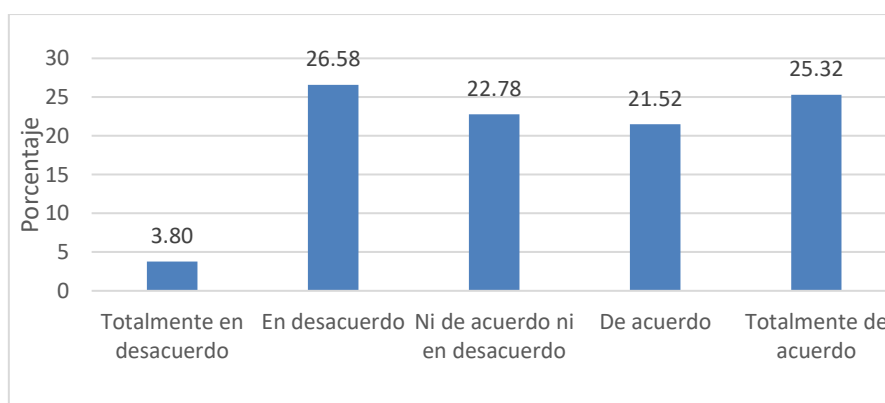
Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 9 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se preocupan por la mejor utilización de recursos a fin de reducir los costos operativos de la empresa: 36.71% de acuerdo y 59.49% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 10

Nos preocupamos por la distribución de utilidades entre nuestros empleados



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.

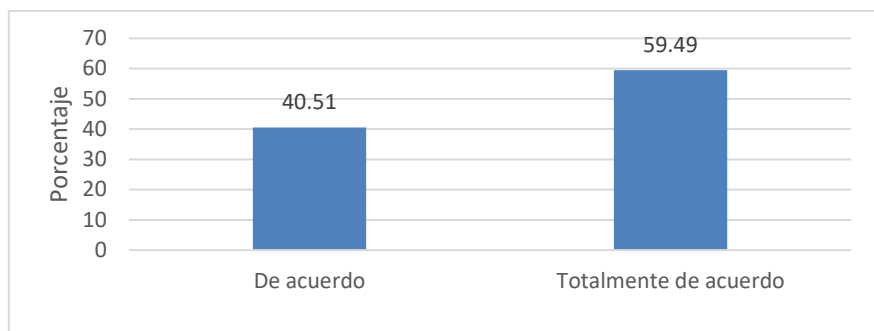
Elaboración propia.

En el gráfico N° 10, se observa que el 25.32% y 21.52% de los encuestados están totalmente de acuerdo y de acuerdo (respectivamente) con la distribución de utilidades entre sus empleados; sin embargo existe un porcentaje significativo que

están en desacuerdo (26.58%) y totalmente en desacuerdo (3.80%), además de un porcentaje (22.78%) que no están de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico N° 11

Ofrecemos a nuestros clientes productos de alta calidad

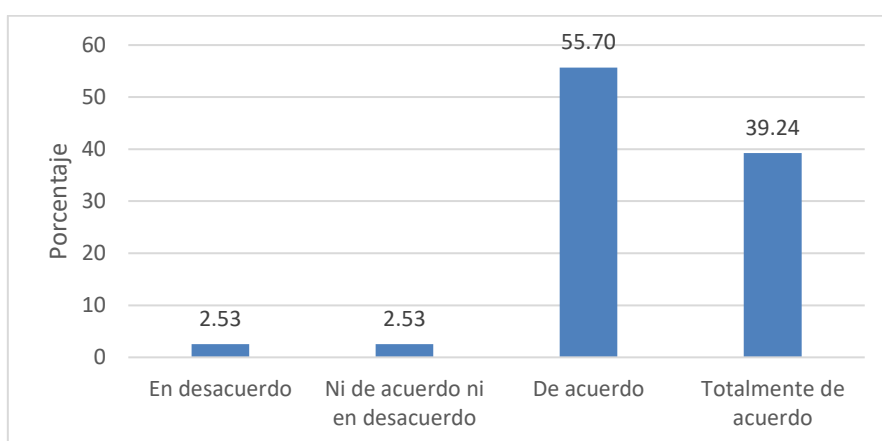


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 11 se observa que el total de los encuestados ofrecen productos de alta calidad.

Gráfico N° 12

Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuo con nuestros proveedores

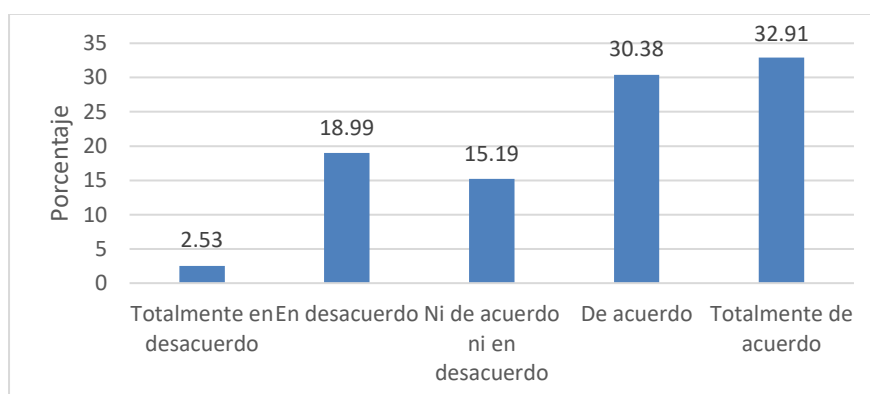


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 12 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con sus proveedores: 55.70% de acuerdo y 39.245% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 13

Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región



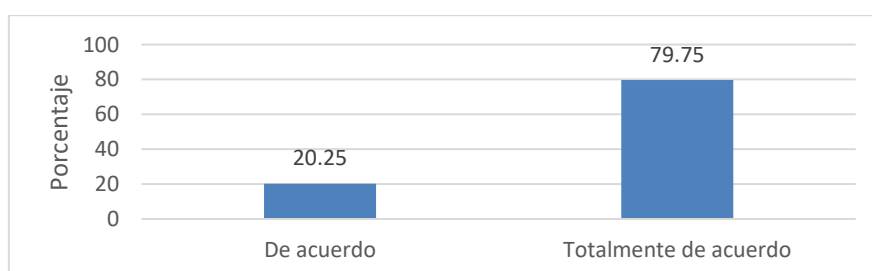
Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 13 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con fomentar Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región: 30.38% de acuerdo y 32.91% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 14

Nos preocupamos por cumplir con nuestras obligaciones tributarias oportunamente

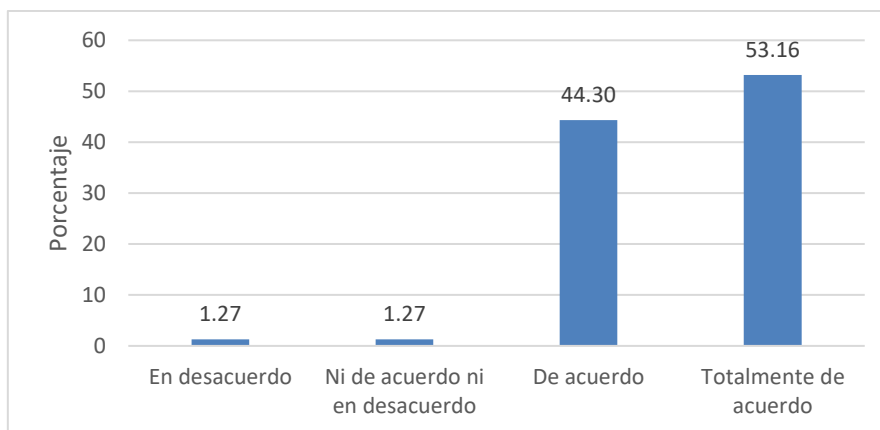


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 14 se observa que el total de los encuestados se muestran de acuerdo con cumplir con sus obligaciones tributarias oportunamente.

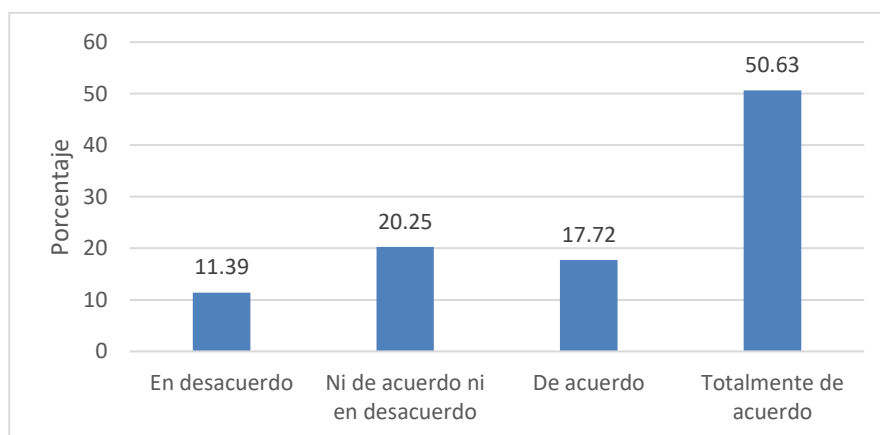
Gráfico N° 15
Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 15 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con el uso de envases y embalajes reciclables: 44.30% de acuerdo y 53.16 % totalmente de acuerdo.

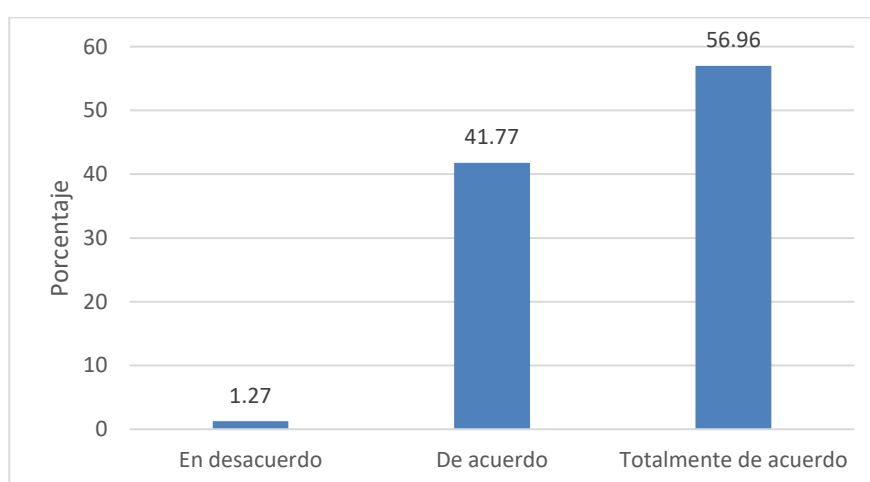
Gráfico N° 16
Reciclamos los papeles, los envases y embalajes que no se logran usar



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 16 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con Reciclar los papeles, los envases y embalajes que no se logran usar: 50.63% de acuerdo y 17.72 % totalmente de acuerdo.

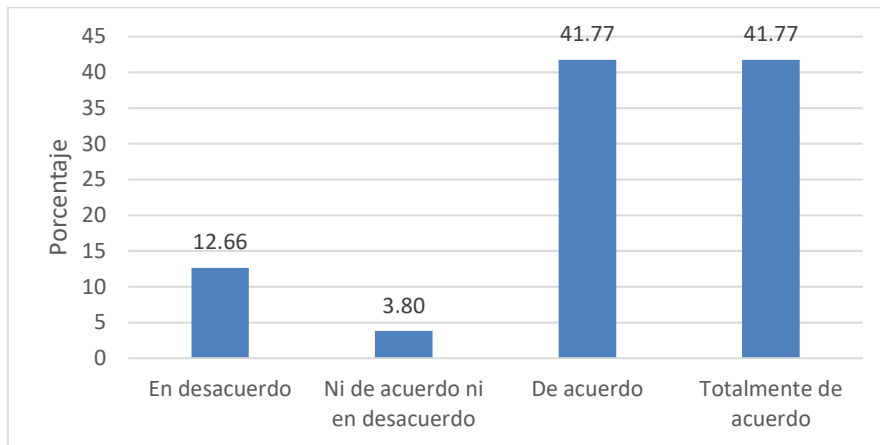
Gráfico N° 17
Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 17 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con estar a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales: 41.77% de acuerdo y 56.96 % totalmente de acuerdo.

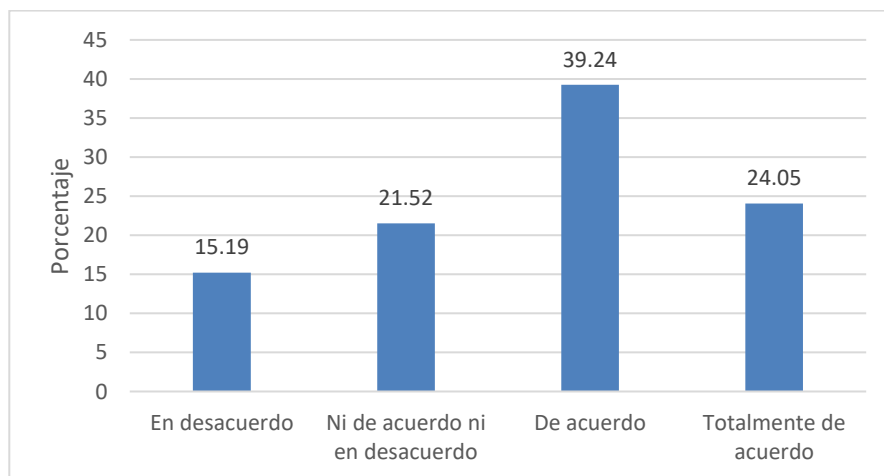
Gráfico N° 18
Creemos que la gestión ambiental de nuestra empresa
tiene impactos sociales



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
 Elaboración propia.

En el gráfico N° 18 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo con que la gestión ambiental de su empresa tiene impactos sociales: 41.77% de acuerdo y 41.77% totalmente de acuerdo.

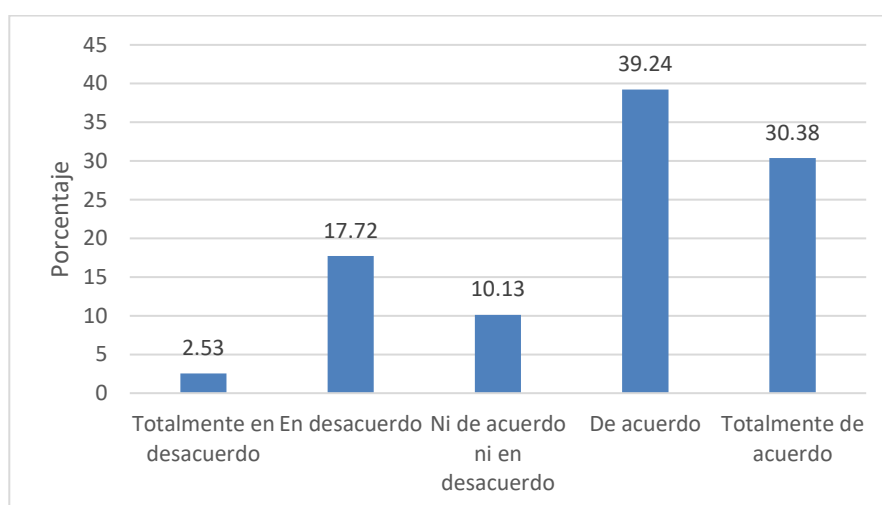
Gráfico N° 19
Participamos en actividades relacionadas con la protección y
mejora de nuestro entorno natural



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
 Elaboración propia.

En el gráfico N° 19 se observa que el mayor porcentaje de encuestados se muestran de acuerdo participar en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural: 39.24% de acuerdo y 24.05% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 20
El promedio de ventas anuales del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017

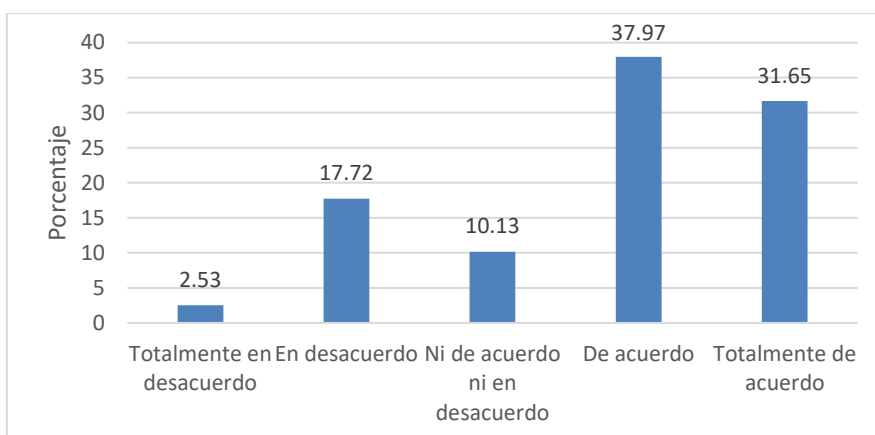


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 20 se observa que el mayor porcentaje de encuestados indican que el promedio de ventas anuales se ha incrementado en relación al año 2017: 39.24% de acuerdo y 30.38% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 21

El promedio de utilidades anuales del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017

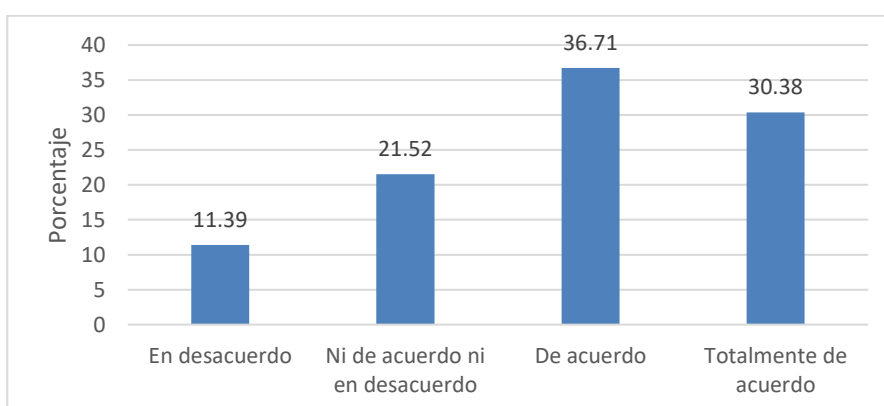


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 21 se observa que el mayor porcentaje de encuestados indican que el promedio de utilidades anuales se ha incrementado en relación al año 2017: 37.97% de acuerdo y 31.65% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 22

El capital empresarial del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017

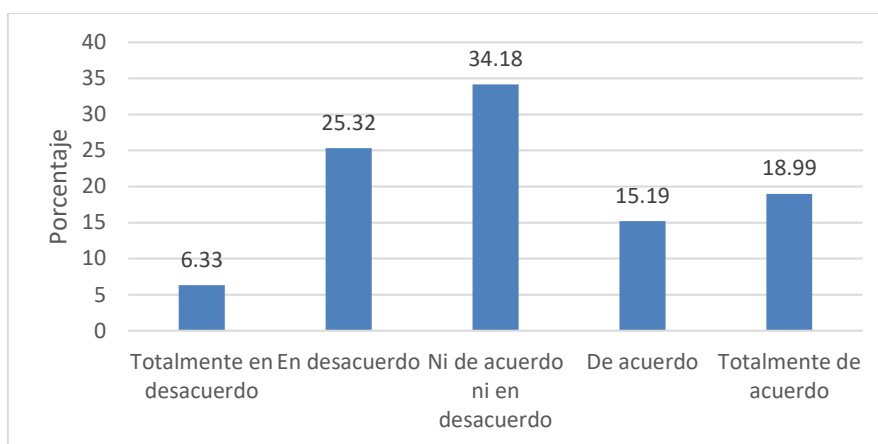


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 22 se observa que el mayor porcentaje de encuestados indican que el capital empresarial se ha incrementado en relación al año 2017: 36.71% de acuerdo y 30.38% totalmente de acuerdo.

Gráfico N° 23

El número de empleados promedio del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017

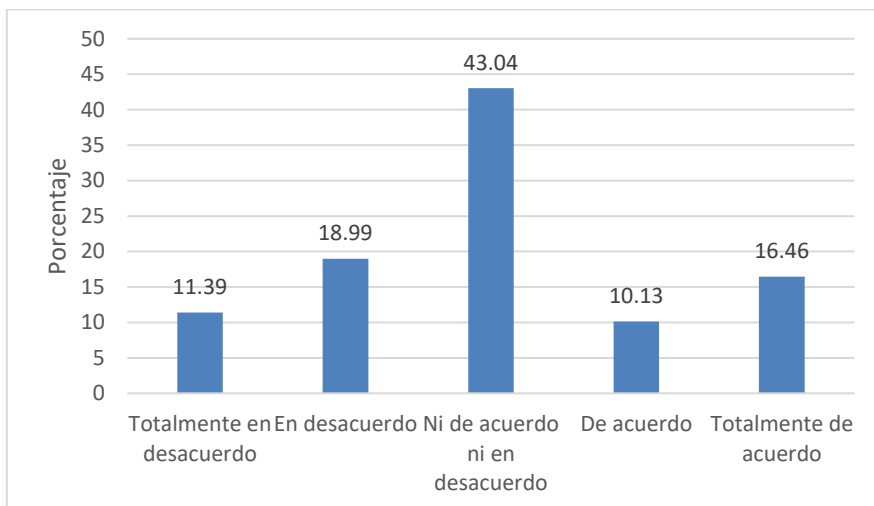


Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 23 se observa que el mayor porcentaje de encuestados indican que el número de empleados no se ha incrementado en relación al año 2017: 34.18% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 25.32% en desacuerdo y 6.33% totalmente en desacuerdo.

Gráfico N° 24

El número de locales, sedes o sucursales al año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017



Fuente: Cuestionario aplicado a las MYPES del distrito de Cajamarca.
Elaboración propia.

En el gráfico N° 24 se observa que el mayor porcentaje de encuestados indican que el número de locales, sedes o sucursales no se ha incrementado en relación al año 2017: 43.03% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 18.99% en desacuerdo y 11.39% totalmente en desacuerdo.

5.2. Discusión de resultados

- De acuerdo a la investigación se ha determinado que la responsabilidad social empresarial tiene influencia en el crecimiento empresarial de las MYPES, ya que existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial (en sus dimensiones social, económica y medioambiental) y el crecimiento empresarial de las MYPES de la ciudad de Cajamarca. Así mismo se concluye que la responsabilidad social empresarial no es un tema exclusivo de las grandes empresas, sino que este también compete a las MYPES, representando una oportunidad a la hora de generar ventajas competitivas que ayuden al crecimiento empresarial.

Al respecto, la investigación tiene concordancia con lo planteado por:

- Hernández, D. & Manrique, G. (2017) en su tesis titulada “La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca”, en donde menciona que la responsabilidad social empresarial tiene alguna influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca en la ciudad de Ica, ya que gracias a los resultados reflejados a lo largo del trabajo se determina que existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial y competitividad; además menciona que la RSE no es específica de las grandes empresas con recursos, ni es incompatible con la competitividad empresarial, sino todo lo contrario.
- De acuerdo a la investigación se ha determinado que las MYPES de la ciudad de Cajamarca, en el marco de su actividad empresarial, desarrollan actividades (de responsabilidad social empresarial) orientadas, a satisfacer las necesidades de sus clientes, cuidando la calidad de vida de sus

trabajadores, así como el medio ambiente, además contribuir al desarrollo de la zona donde operan; buscando que dichas actividades a la ayuden a la generación de mayores ingresos.

Al respecto, la investigación tiene concordancia con lo planteado por:

- Escobar, E. (2015) en su tesis titulada “La Responsabilidad Social Empresarial Como Medio de Rentabilidad y Competitividad”, en donde menciona que la empresa existe evidentemente por y para sus fines económicos, sin embargo esto no la exceptúa de su responsabilidad frente a su entorno, por lo que el objetivo de la empresa deberá ser buscar medios socialmente responsables que conduzcan al logro de rentabilidad para la empresa, considerando el bien común, el desarrollo sostenible y la visión a largo plazo del entorno en donde opera. Entonces se concluye que el retorno económico en la empresa se promueve no solo mediante el incremento de las inversiones o el mayor volumen de ventas, sino además por la RSE; mediante operaciones de reutilización de remanentes, ahorro en costos, mayor eficiencia de los procesos productivos y otros que permitan a la empresa mejorar su imagen ante su entorno y posicionarse económicamente.
- Santillán, T. (2013) en su tesis titulada “Influencia de las acciones de Responsabilidad Social Interna de la empresa Don Pollo Tropical SAC en el bienestar de los trabajadores en el periodo setiembre 2012”, en donde menciona que la responsabilidad social interna de la empresa influye positivamente en el bienestar social; así mismo las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de realizar prácticas de responsabilidad social empresarial para generar ventajas competitivas.

5.3. Contrastación de la hipótesis

Para la contratación de la hipótesis se hará uso de las técnicas siguientes: coeficiente de correlación de Pearson y el análisis de regresión lineal.

El Coeficiente de Correlación de Pearson, que está enfocado en variables cuantitativas, es un índice que mide el grado de covariación entre distintas variables relacionadas linealmente, esto significa que puede haber variables fuertemente relacionadas, pero no de forma lineal, en cuyo caso no procede a aplicarse la correlación de Pearson (Berry, W.D., & Feldman, S, 1985).

El Coeficiente de Pearson está representado por el símbolo “r” y proporciona una medida numérica de la correlación entre dos variables. El coeficiente de Pearson (r) se mide en una escala de -1 a 1 (Berry, W. D., & Feldman, S, 1985).

El análisis de regresión lineal es una técnica estadística que se usa para estudiar la relación que existe entre variables. Un diagrama de dispersión se utiliza como una forma de cuantificar el grado de relación lineal que existe entre dos variables; basta con observar el grado en el que la nube de puntos se ajusta a la línea recta (Badii, M. H., Guillen, A., Cerna, E., Valenzuela, J., y Landeros, J, 2012).

Hipótesis General:

H1: La RSE influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.

Según el análisis de los datos obtenidos se detalla lo siguiente:

- **Coeficiente de correlación:**

Tabla N° 2: Correlación de la hipótesis general

		Responsabilidad social empresarial	Crecimiento empresarial
Responsabilidad social empresarial	Correlación de Pearson	1	0,959**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	79	79
Crecimiento empresarial	Correlación de Pearson	,959**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	79	79

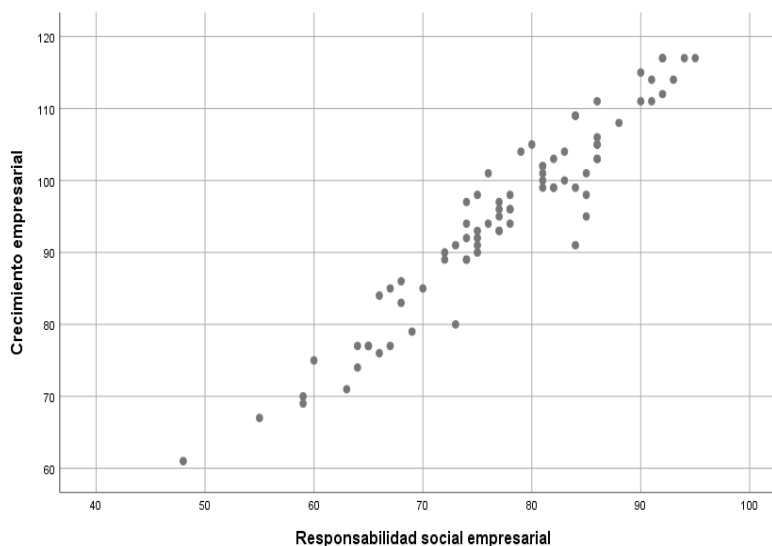
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la tabla anterior se desprende que existe una relación directa entre la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial, mostrando un coeficiente de correlación de Pearson de 0.959 muy significativo ($r=0.959$, $p<0.05$).

• **Análisis de regresión lineal:**

Gráfico N° 25

Diagrama de dispersión de la hipótesis general



En el diagrama de dispersión se observa que existe relación directa entre la responsabilidad social de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 3: Resumen del modelo^b

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
,959 ^a	0.920	0.919	3.731	2.329

a. Predictores: (Constante), Responsabilidad social empresarial

b. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

De la tabla anterior se observa que la variable crecimiento empresarial se explica en un 92% por la responsabilidad social de las empresas ($R^2=0.920$), el estadístico de prueba de Durbin Watson es próximo a 2, entonces, se cumple el supuesto de independencia de los residuos (auto correlación).

Tabla N° 4: ANOVA^a

Fuentes de variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	12318.274	1	12318.274	885.069	,000 ^b
Residuo	1071.676	77	13.918		
Total	13389.949	78			

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

b. Predictores: (Constante), Responsabilidad social empresarial

En la tabla N° 4 observamos en el resultado del análisis de la varianza que el modelo resulta significativo ($p < 0.05$). Admitiendo que hay algún tipo de asociación entre la responsabilidad social de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 5: Coeficientes^a

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	-4.573	3.374		-1.355	0.179
Responsabilidad social empresarial	1.286	0.043	0.959	29.750	0.000

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

El termino constante cuyo valor es -4.573; se puede interpretar como la diferencia en la puntuación de responsabilidad social empresarial obtenida para un usuario de la muestra, que al empezar calificara una puntuación crecimiento empresarial de 0. Si contrastamos si el mismo vale 0, se acepta la hipótesis ($p > 0.05$).

Por lo tanto, del análisis de los resultados, se determina que: la hipótesis general es aceptada.

Hipótesis Específica: 01

H1: La RSE, en su dimensión social, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.

Según el análisis de los datos obtenidos se detalla lo siguiente:

Coefficiente de correlación:

Tabla N° 6: Correlación de la hipótesis específica 01

		Crecimiento empresarial	Social
Crecimiento empresarial	Correlación de Pearson	1	0,895**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	79	79
Social	Correlación de Pearson	,895**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	79	79

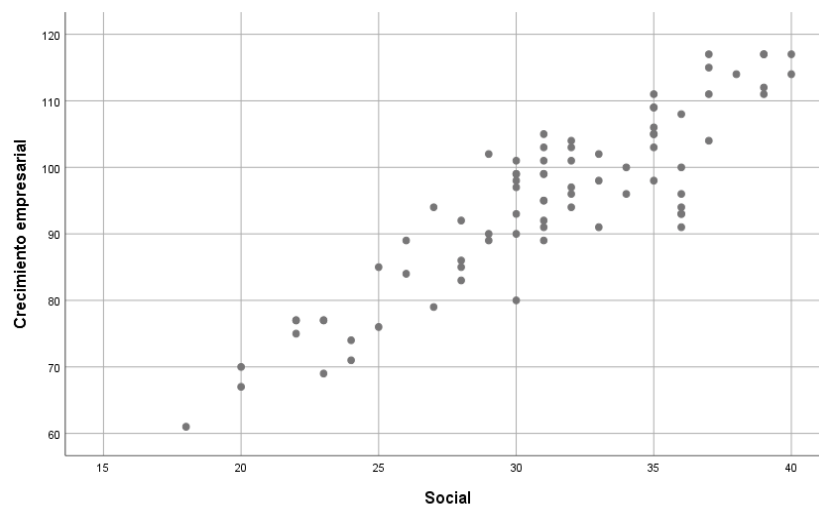
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la tabla anterior se desprende que existe relación directa entre la dimensión social y el crecimiento empresarial, mostrando un coeficiente de correlación de Pearson de 0.895 muy significativo ($r=0.895$, $p<0.05$).

- **Análisis de regresión lineal:**

Gráfico N° 26

Diagrama de dispersión de la hipótesis específica 01



En el diagrama de dispersión se observa que existe relación directa entre la dimensión social de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 7: Resumen del modelo^b

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
,895 ^a	0.801	0.798	5.884	2.230

a. Predictores: (Constante), Social

b. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

De la tabla anterior se observa que la variable crecimiento empresarial se explica en un 80.1% por la dimensión social de las empresas ($R^2=0.801$), el estadístico de prueba de Durbin Watson es próximo a 2, entonces, se cumple el supuesto de independencia de los residuos (auto correlación).

Tabla N° 8: ANOVA^a

Fuentes de variación	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	10724.416	1	10724.416	309.799	,000 ^b
Residuo	2665.533	77	34.617		
Total	13389.949	78			

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

b. Predictores: (Constante), Social

En la tabla N° 8 observamos en el resultado del análisis de la varianza que el modelo resulta significativo ($p<0.05$). Admitiendo que hay algún tipo de asociación entre la dimensión social de las empresas y el crecimiento económico empresarial.

Tabla N° 9: Coeficientes^a

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	24.730	4.048		6.109	0.000
Social	2.258	0.128	0.895	17.601	0.000

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

El termino constante cuyo valor es 24.73; se puede interpretar como la diferencia en la puntuación de la dimensión social obtenida para un usuario de la muestra,

que al empezar calificara una puntuación crecimiento económico empresarial de 0. Si contrastamos, si el mismo vale 0, no se acepta la hipótesis ($p < 0.05$)

Por lo que se determina que: la hipótesis específica 01 es aceptada.

Hipótesis Específica: 02

H1: La RSE, en su dimensión económica, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.

Según el análisis de los datos obtenidos se detalla lo siguiente:

- **Coefficiente de correlación:**

Tabla N° 10: Correlación de la hipótesis específica 02

		Crecimiento empresarial	Económica
Crecimiento empresarial	Correlación de Pearson	1	,790**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	79	79
Económica	Correlación de Pearson	,790**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	79	79

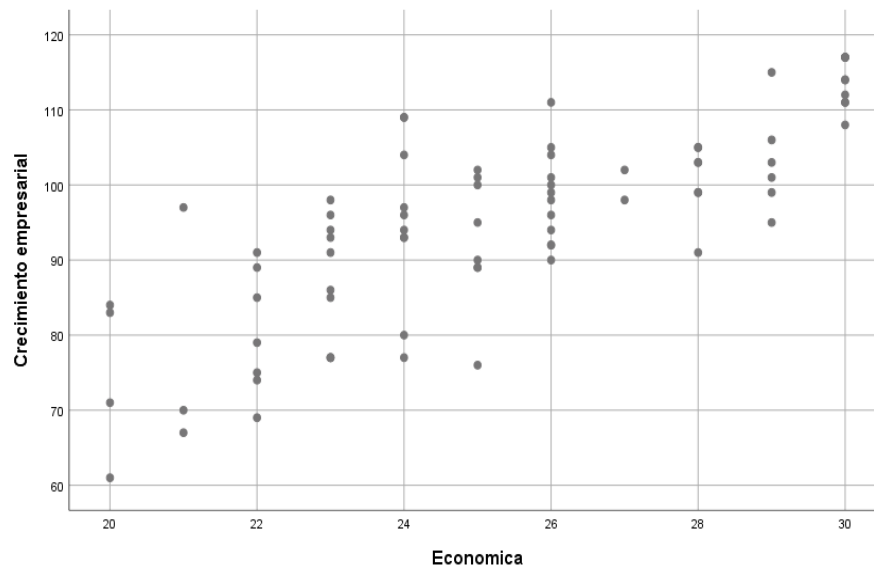
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la tabla anterior se desprende la relación directa entre la dimensión económica y el crecimiento empresarial, mostrando un coeficiente de correlación de Pearson de 0.790 muy significativo ($r=0.790$, $p<0.05$).

- **Análisis de regresión lineal:**

Gráfico N° 27

Diagrama de dispersión de la hipótesis específica 02



En el diagrama de dispersión se observa que existe relación directa entre la dimensión económica de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 11: Resumen del modelo^b

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
,790 ^a	0.625	0.620	8.077	1.823

a. Predictores: (Constante), Económica

b. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

La variable crecimiento empresarial se explica en un 62.5% por la dimensión económica de las empresas ($R^2=0.625$), el estadístico de prueba de Durbin Watson es próximo a 2, entonces, se cumple el supuesto de independencia de los residuos (auto correlación).

Tabla N° 12: ANOVA^a

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	8366.145	1	8366.145	128.228	,000 ^b
Residuo	5023.805	77	65.244		
Total	13389.949	78			

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

b. Predictores: (Constante), Económica

En la tabla N° 12 observamos en el resultado del análisis de la varianza que el modelo resulta significativo ($p<0.05$). Admitiendo que hay algún tipo de asociación entre la dimensión económica de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 13: Coeficientes^a

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	6.097	7.906		0.771	0.443
Económica	3.507	0.310	0.790	11.324	0.000

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

El termino constante cuyo valor es 6.097; se puede interpretar como la diferencia en la puntuación de dimensión económica obtenida para un usuario de la muestra, que al empezar calificara una puntuación crecimiento empresarial de 0. Si contrastamos, si el mismo vale 0, se acepta la hipótesis ($p > 0.05$)

Por lo que se determina que: la hipótesis específica 02 es aceptada.

Hipótesis Específica: 03

H1: La RSE, en su dimensión medioambiental, influye positivamente en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca.

Según el análisis de los datos obtenidos se detalla lo siguiente:

- **Coeficiente de correlación:**

Tabla N° 14: Correlación de la hipótesis específica 03

		Crecimiento empresarial	Medio ambiental
Crecimiento empresarial	Correlación de Pearson	1	,765**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	79	79
	Correlación de Pearson	,765**	1
Medio ambiental	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	79	79

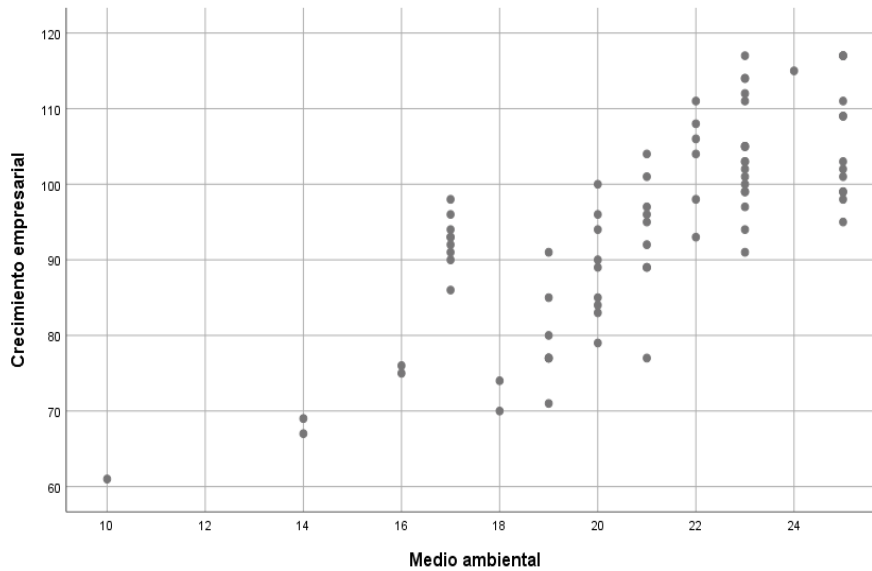
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De la tabla anterior se desprende que existe relación directa entre la dimensión medioambiental y el crecimiento empresarial, mostrando un coeficiente de correlación de Pearson de 0.765 muy significativo ($r=0.765$, $p<0.05$).

- **Análisis de regresión lineal:**

Gráfico N° 28

Diagrama de dispersión de la hipótesis específica 03



En el diagrama de dispersión se observa que existe relación directa entre la dimensión medioambiental de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 15: Resumen del modelo^b

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
,765 ^a	0.585	0.579	8.497	1.756

a. Predictores: (Constante), Medio ambiental

b. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

La variable crecimiento empresarial se explica en un 58.5% por la dimensión medioambiental de las empresas ($R^2=0.585$), el estadístico de prueba de Durbin Watson es próximo a 2, entonces, se cumple el supuesto de independencia de los residuos (auto correlación)

Tabla N° 16: ANOVA^a

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	7830.143	1	7830.143	108.443	,000 ^b
Residuo	5559.806	77	72.205		
Total	13389.949	78			

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

b. Predictores: (Constante), Medio ambiental

En la tabla N° 15 observamos en el resultado del análisis de la varianza que el modelo resulta significativo ($p<0.05$). Admitiendo que hay algún tipo de asociación entre la dimensión medioambiental de las empresas y el crecimiento empresarial.

Tabla N° 17: Coeficientes^a

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	27.869	6.519		4.275	0.000
Medio ambiental	3.204	0.308	0.765	10.414	0.000

a. Variable dependiente: Crecimiento empresarial

El termino constante cuyo valor es 6.519; se puede interpretar como la diferencia en la puntuación de dimensión medioambiental obtenida para un usuario de la muestra, que al empezar calificara una puntuación crecimiento empresarial de 0. Si contrastamos, si el mismo vale 0, no se acepta la hipótesis ($p < 0.05$)

Por lo que se determina que: la hipótesis específica 03 es aceptada.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se concluye que:

- Existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial de las MYPES, quedando demostrado que la RSE influye de manera directa en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, dando respuesta al problema de investigación afirmando la Hipótesis General.
- Existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial en su dimensión social y crecimiento empresarial de las MYPES, quedando demostrado que la RSE en su dimensión social influye de manera directa en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, dando respuesta al problema de investigación, afirmando la Hipótesis Especifica N° 01.
- Existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial en su dimensión económica y el crecimiento empresarial de las MYPES, quedando demostrado que la RSE en su dimensión económica influye de manera directa en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, dando respuesta al problema de investigación, afirmando la Hipótesis Especifica N° 02.
- Existe una relación directa entre las variables responsabilidad social empresarial en su dimensión medio ambiental y el crecimiento empresarial de las MYPES, quedando demostrado que la RSE en su dimensión medioambiental influye de manera directa en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Cajamarca, dando respuesta al problema de investigación, afirmando la Hipótesis Especifica N° 03.

- Las preguntas e hipótesis presentadas al estudio fueron satisfactoriamente ciertas y por ende se logra demostrar que la responsabilidad social empresarial tiene una influencia en el crecimiento empresarial de las MYPES estudiadas y tienen una vinculación e influencia directa. Los resultados son útiles no solo para las MYPES en actividad sino también para los nuevos empresarios a fin de motivarlos a entender que existen nuevas formas de generar ventajas competitivas que pueden impulsar el desarrollo de su idea de negocio, en pro de generar rentabilidad por su inversión, además de contribuir con el desarrollo social y medioambiental del mercado en donde se quiere incursionar.

- Los resultados demuestran que la RSE no es específica de las grandes empresas ni es incompatible con el crecimiento empresarial, sino todo lo contrario, debe ser interpretada y asumida de manera positiva en cualquier sector. De hecho, la confirmación de las hipótesis planteadas nos permite afirmar que la aplicación de actividades y/o programas de RSE contribuirá en gran medida a favorecer al crecimiento empresarial de las MYPES, así como de sus colaboradores y de las comunidades que trabajan directamente con ellas.

RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS

A los empresarios, propietarios, gerentes y administradores de las MYPES, recomendamos lo siguiente:

- Implementar y promover programas de RSE (en sus tres dimensiones: sociales, económicas y medioambientales), a fin de generar ventajas competitivas que ayuden a impulsar el crecimiento empresarial de la MYPE.
- Una vez implementados los programas de RSE, se debe capacitar al personal, a fin de puedan entender y aplicar los programas de RSE que se pongan en ejecución, buscando integrar a cada miembro de la MYPE en este proceso.
- Elaborar un manual respecto de los programas de RSE y que este se encuentre a disposición de todo el personal a fin de que sirva de guía en el desarrollo de sus actividades diarias.
- Se recomienda establecer periodos para la aplicación de los programas de RSE y posteriormente hacer una evaluación, a fin de determinar el impacto de dichos programas en la rentabilidad de la empresa.
- La RSE debe ser considerada como un motor de crecimiento y desarrollo empresarial, siendo importante que las MYPES conozcan sus potencialidades en RSE y generen una gestión socialmente responsable en su estrategia, ya que actualmente la RSE puede ser el camino para un crecimiento sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

Blázquez, F., Dorta, J. & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, vol. 16, pp. 44-51. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/19394/20351>

Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper.

Cajiga, J. (2005). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro mexicano para la filantropía. pp. 5-6. Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Carroll, A. B. (1991). *The Pyramid of corporate social responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. *Business Horizons*, vol. 34, pp. 39-48.

Canals, J. (2000). *La gestión del crecimiento de la empresa*. Madrid: Editorial Mc Graw Hill.

Decreto Legislativo N° 1086. *Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente*. Diario Oficial el peruano, Perú, 28 de junio del 2008.

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

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

Fischman, F. (02 de agosto de 2019). La importancia de las PYMES en Perú. *Blog hubspot*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-PYMES-en-peru#:~:text=Per%C3%BA%20es%20de%20los%20pocos,a%20las%20peque%C3%B1as%20y%20medianas.&text=Seg%C3%BAn%20PROMYPE%2C%20estas%20empresas%20son,42%25%20de%20la%20producci%C3%B3n%20nacional>.

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

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

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

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

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

Perú 2021 (2010). *Indicadores Ethos-Perú 2021 de responsabilidad social empresarial*.

Recuperado de

https://www.academia.edu/31664415/ETHOS_Per%C3%BA_2021_de_Responsabilidad_Social_Empresarial

Portal PQS (10 de abril de 2019). *MYPES: porque son importantes para la economía peruana*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/economia/MYPES-importancia-economia-peru>

Rodríguez, D & Martínez, J. (2011). *Teorías del crecimiento de la empresa*. Valencia: Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras. Universitat de València. pp. 134.

Sánchez, C. (24 de enero de 2020). Citas APA. *Normas APA (7ma edición)*. Recuperado de <https://normas-apa.org/citas/>

Sánchez, M. (2016). *Análisis de la responsabilidad social de la empresa minera Anglo American Michiquillay S.A. y la incidencia en las comunidades del área de influencia directa del proyecto Michiquillay: 2007-2014 (tesis de maestría)*. Universidad Nacional de Cajamarca. Cajamarca, Perú.

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

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

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

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

APÉNDICE 01

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

VARIABLES	DIMENSIONES	Nº	PREGUNTAS	TOTALMENTE	DE	NI DE	EN	TOTALMENTE
				DE ACUERDO	ACUERDO	ACUERDO	DESACUERDO	EN DESACUERDO
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	ECONOMICA	20	El promedio de ventas anuales del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017.					
		21	El promedio de utilidades anuales del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017.					
	PATRIMONIAL	22	El capital empresarial del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017.					
		23	El número de empleados del año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017.					
		24	El número de locales, sedes o sucursales al año 2018 se ha incrementado en relación al año 2017.					

ANEXOS

Panel fotográfico del trabajo de campo: encuestas a microempresarios de la ciudad de Cajamarca

