

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS



**“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO
DE PROCESOS EN LA INNOVACIÓN VERDE EN LOS PRODUCTORES
DE QUESO FRESCO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA, 2023-2024”**

T E S I S

**Para obtener el Título Profesional de:
INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER:
CÉSAR FIDEL HUAMÁN ESCOBAR**

ASESORES:
MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
Dr. Oscar Ortiz Regalado

CAJAMARCA - PERÚ

2025

CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. **Investigador:** César Fidel Huamán Escobar

DNI: 75926202

Escuela Profesional/Unidad UNC: Ingeniería en Agronegocios

2. **Asesor(es):** MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda

Dr. Oscar Ortiz Regalado

Facultad/Unidad UNC: Ciencias Agrarias

3. **Grado académico o título profesional:**

Bachiller Título profesional Segunda especialidad

Maestro Doctor

4. **Tipo de Investigación:**

Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional

Trabajo académico

5. **Título de Trabajo de Investigación:** "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE PROCESOS EN LA INNOVACIÓN VERDE EN LOS PRODUCTORES DE QUESO FRESCO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA, 2023-2024"

6. **Fecha de evaluación:** 02/06/2025

7. **Software antiplagio:** TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)

8. **Porcentaje de Informe de Similitud:** 10%

9. **Código Documento:** oid: 3117:464069610

10. **Resultado de la Evaluación de Similitud:** 10%

APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 02/06/2025

*Firma y/o Sello
Emisor Constancia*



MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
DNI: 26636144

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

"NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA"

Fundada por Ley N° 14015, del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

Secretaría Académica



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Cajamarca, a los treinta días del mes de mayo del año dos mil veinticinco, se reunieron en el ambiente 2C - 202 de la Facultad de Ciencias Agrarias, los miembros del Jurado, designados según **Resolución de Consejo de Facultad N° 221-2025-FCA-UNC, de fecha 12 de mayo del 2025**, con la finalidad de evaluar la sustentación de la **TESIS** titulada: **"RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE PROCESOS EN LA INNOVACIÓN VERDE EN LOS PRODUCTORES DE QUESO FRESCO DEL DISTRITO DE BAMBAMARCA, 2023-2024"**, realizada por el Bachiller **CÉSAR FIDEL HUAMÁN ESCOBAR** para optar el Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las once horas y cinco minutos, de acuerdo a lo establecido en el **Reglamento Interno para la Obtención de Título Profesional de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca**, el Presidente del Jurado dio por iniciado el Acto de Sustentación, luego de concluida la exposición, los miembros del Jurado procedieron a la formulación de preguntas y posterior deliberación. Acto seguido, el Presidente del Jurado anunció la aprobación por unanimidad, con el calificativo de dieciséis (16); por tanto, el Bachiller queda expedito para proceder con los trámites que conlleven a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las doce horas y diez minutos del mismo día, el Presidente del Jurado dio por concluido el Acto de Sustentación.

Dr. Isidro Rimarachin Cabrera
PRESIDENTE

Dr. Wilfredo Poma Rojas
SECRETARIO

Ing. José Lizandro Silva Mego
VOCAL

MBA. Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
ASESOR

Dr. Oscar Ortiz Regalado
ASESOR

DEDICATORIA

A:

A Dios, que ha sido mi guía y mi inspiración a lo largo de este arduo pero gratificante viaje académico. A mis padres, Javier Huamán Lara y Reyna Escobar Mejía por su inquebrantable apoyo, amor y sacrificio, su fe en mí han sido mi mayor motivación.

A mi querida hermana Liz Huamán Escobar, y a todos mis hermanos por su cariño comprensión y apoyo constante su presencia en mi vida es invaluable. Este logro es fruto de nuestro amor y unión familiar, gracias por creer en mí y por ser mi fuente de inspiración.

AGRADECIMIENTO

A Ti, Dios misericordioso y lleno de sabiduría, elevo mi gratitud por haberme concedido la determinación, la paciencia y la perseverancia necesarias para completar este importante trabajo de investigación. Agradezco por haberme otorgado la salud, la mente clara y la capacidad para llevar a cabo este proyecto.

A mis asesores MBA Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda y al Dr. Oscar Ortiz Regalado por motivarme a dar siempre lo mejor de mí y por brindarme la confianza necesaria para seguir adelante incluso en los momentos más desafiantes. Su guía de cada uno de ellos ha dejado una huella muy significativa en mi formación profesional y personal.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del Problema	4
1.2 Formulación del Problema.....	8
1.3 Justificación	8
1.4 Objetivos.....	9
CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
2.1 Antecedentes de la Investigación	10
2.2 Bases Teóricas.....	29
2.3 Hipótesis de la investigación.....	57
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS.....	59
3.1 Ubicación Geográfica de la Investigación	59
3.2 Unidad de análisis, población y muestra	60
3.3 Materiales.....	61
3.4 Metodología	61

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	65
4.1 Datos Generales.....	65
4.2 Análisis de la variable Responsabilidad Social Empresarial	70
4.3 Análisis de la variable desarrollo de procesos en la innovación verde	135
4.4 Análisis de la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde	154
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	163
5.1 Conclusiones	163
5.2 Recomendaciones	164
CAPÍTULO VI REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	166
CAPITULO VII ANEXOS.....	200

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Definiciones de la responsabilidad social empresarial según autores y año</i>	31
Tabla 2 <i>Dimensiones utilizadas en la investigación</i>	34
Tabla 3 <i>Definiciones establecidas sobre la dimensión económica según autores y año</i>	35
Tabla 4 <i>Items de la dimensión económica</i>	37
Tabla 5 <i>Definiciones establecidas sobre la dimensión social según autores y año</i>	39
Tabla 6 <i>Items de la dimensión social</i>	41
Tabla 7 <i>Definiciones establecidas sobre la dimensión ambiental según autores y año</i>	42
Tabla 8 <i>Item de la dimensión ambiental</i>	45
Tabla 9 <i>Definiciones establecidas sobre la innovación verde según autores y año</i>	47
Tabla 10 <i>Definiciones establecidas sobre el desempeño ambiental según autores y año</i>	50
Tabla 11 <i>Ítems de la variable dependiente innovación verde</i>	52
Tabla 12 <i>Lista de productores de queso fresco</i>	60
Tabla 13 <i>Tipificación de la investigación según los criterios más importantes</i>	62
Tabla 14 <i>Cuadro comparativo de análisis Paramétricos y no Paramétricos (Hernández et al., 2014)</i>	63
Tabla 15 <i>Reglas de interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman</i>	64
Tabla 16 <i>Edad de los productores de queso fresco en cada centro poblado</i>	66
Tabla 17 <i>Sexo de los productores de queso fresco en cada centro poblado</i>	67
Tabla 18 <i>Lugar de los productores de queso fresco</i>	68
Tabla 19 <i>Ocupación principal de los productores de queso fresco</i>	69
Tabla 20 <i>Año de inicio de su negocio de queso fresco</i>	70
Tabla 21 <i>Recursos necesarios para el negocio, según centro poblado</i>	71

Tabla 22 <i>Perspectiva del ingreso que genera su negocio de queso fresco según centro poblado</i>	72
Tabla 23 <i>Reinversión de ganancias que genera su negocio de queso fresco por centro poblado</i>	73
Tabla 24 <i>Reinversión en soles en su planta quesera en el último año en cada centro poblado</i>	74
Tabla 25 <i>Ingreso semanal en soles que genera su negocio de queso fresco en cada centro poblado</i>	75
Tabla 26 <i>Gasto en soles en insumos semanalmente para el proceso de queso fresco en cada centro poblado</i>	76
Tabla 27 <i>Registro de costos de producción del queso fresco por cada centro poblado</i>	77
Tabla 28 <i>Le permite cubrir sus necesidades básicas de su familia su negocio de queso fresco por cada centro poblado</i>	78
Tabla 29 <i>Capacidad de continuar su negocio de queso fresco y crecer en el tiempo, según centro poblado</i>	79
Tabla 30 <i>los ingresos de su negocio le permiten reinvertir en mejora o expansión, según centro poblado</i>	80
Tabla 31 <i>Los ingresos de su negocio le permiten cubrir todos los costos de producción, según centro poblado</i>	81
Tabla 32 <i>Su negocio le genera ingresos suficientes para mantener un nivel de vida adecuado, según centro poblado</i>	82
Tabla 33 <i>Satisfacción a través de los ingresos que genera su negocio de queso fresco por cada centro poblado</i>	84

Tabla 34 <i>Cantidad en soles que gasta semanalmente en necesidades básicas para su familia en cada centro poblado.....</i>	85
Tabla 35 <i>Otras fuentes de ingreso por cada centro poblado</i>	86
Tabla 36 <i>Situación económica antes de iniciar con su negocio de queso fresco por centros poblados</i>	87
Tabla 37 <i>Calidad de vida desde que inicio con su negocio de queso fresco por cada centro poblado.....</i>	88
Tabla 38 <i>Salario a su trabajador(es) que realizan en su planta quesera en cada centro poblado</i>	89
Tabla 39 <i>Perspectiva de salarios que ofrece a su trabajador por cada centro poblado</i>	90
Tabla 40 <i>Realización de control de calidad por cada centro poblado</i>	91
Tabla 41 <i>Utilización de herramienta o equipos que contaminen menos la producción de queso fresco por cada centro poblado</i>	92
Tabla 42 <i>Participación en organizaciones por cada centro poblado.....</i>	93
Tabla 43 <i>Nivel de participación de productores de queso fresco en organizaciones sociales</i>	94
Tabla 44 <i>Organizaciones sociales que existen por cada centro poblado</i>	95
Tabla 45 <i>Atención hacia sus trabajadores que pertenecen a su planta quesera por centro poblado.....</i>	96
Tabla 46 <i>Trato hacia sus trabajadores en su negocio de queso fresco por centro poblado.....</i>	97
Tabla 47 <i>Considera igualdad de género al contratar algún personal para su negocio de queso fresco</i>	98
Tabla 48 <i>Modalidad de capacitaciones que realiza en su negocio de queso fresco por cada centro poblado</i>	99

Tabla 49 <i>Frecuencia de capacitación a su trabajador(es) por cada centro poblado</i>	100
Tabla 50 <i>Los ingresos que genera son suficientes para cubrir sus necesidades básicas de su familia</i>	101
Tabla 51 <i>Percepción de mejora en salud y educación en su familia a través de su negocio, según centro poblado</i>	102
Tabla 52 <i>Trabajadores perciben que tienen condiciones laborables justas en su negocio</i>	103
Tabla 53 <i>Trabajadores perciben que tienen condiciones laborables justas en su negocio, según centro poblado</i>	104
Tabla 54 <i>Reconocimiento en su comunidad por su participación en apoyo de la población, según centro poblado</i>	105
Tabla 55 <i>Trato justo hacia sus trabajadores, según centro poblado</i>	106
Tabla 56 <i>Igualdad dentro de su negocio</i>	107
Tabla 57 <i>Igualdad de oportunidades al contratar personal en su negocio, según centro poblado</i>	108
Tabla 58 <i>Oportunidades de capacitación a su trabajador (es) quienes realizan actividades en el proceso de producción de queso fresco, según centro poblado</i>	109
Tabla 59 <i>Tipo de combustible que usa el proceso de queso fresco por centro poblado</i>	111
Tabla 60 <i>El gas que utiliza en su planta quesera contamina el medio ambiente</i>	112
Tabla 61 <i>Frecuencia de gases contaminantes que genera su planta quesera por cada centro poblado</i>	113
Tabla 62 <i>Prácticas para reducir la contaminación a través de emisiones que genera su planta quesera por cada centro poblado</i>	114
Tabla 63 <i>Derrames de leche que genera por cada centro poblado</i>	115

Tabla 64 <i>Las aguas utilizadas pasan por un proceso de filtración o tratamiento antes de desechar.....</i>	116
Tabla 65 <i>Acción con aguas utilizadas por cada centro poblado.....</i>	117
Tabla 66 <i>Reducción de residuos que genera su planta quesera tiene un impacto positivo en el medio ambiente, en cada centro poblado.....</i>	118
Tabla 67 <i>Envases o envolturas de protección que utiliza para el producto de queso fresco cada centro poblado</i>	119
Tabla 68 <i>Separa y recicla empaques plásticos y otros que genera su planta quesera, en cada centro poblado</i>	120
Tabla 69 <i>Acción con los materiales de limpieza desgastados en cada centro poblado.....</i>	121
Tabla 70 <i>Implementación de plan de gestión de residuos sólidos y líquidos en cada centro poblado.....</i>	122
Tabla 71 <i>Familiarizado para manejar residuos sólidos y líquidos que genera su negocio de producción de queso fresco en cada centro poblado.....</i>	123
Tabla 72 <i>Reutilización de subproductos por cada centro poblado</i>	124
Tabla 73 <i>Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos en cada centro poblado</i>	125
Tabla 74 <i>Reutilización del agua en su planta quesera de queso fresco en cada centro poblado</i>	126
Tabla 75 <i>Reducción de recursos naturales durante el procesamiento de queso fresco en cada centro poblado</i>	127
Tabla 76 <i>Control de calidad durante el proceso de queso fresco en cada centro poblado</i>	128
Tabla 77 <i>Implementación de prácticas en el proceso de producción que ayuden a reducir las emisiones que genera el gas evitando que contaminen al medio, según centro poblado</i>	129

Tabla 78 <i>Prácticas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos (leche, suero y agua) durante la producción de queso fresco, en cada centro poblado</i>	130
Tabla 79 <i>Prácticas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables</i>	131
Tabla 80 <i>Manejo de residuos sólidos y líquidos, incluyendo la reutilización de subproductos como el suero de leche y la correcta disposición de desechos orgánicos e inorgánicos, según centros poblados</i>	132
Tabla 81 <i>Acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas. (Conservación del Agua), según centros poblados</i>	133
Tabla 82 <i>Control de calidad en cada etapa del proceso de producción de queso fresco, según centro poblado</i>	134
Tabla 83 <i>Utilización del suero de leche por cada centro poblado</i>	136
Tabla 84 <i>Que acción realiza con las aguas utilizadas en su planta quesera en cada centro poblado</i>	137
Tabla 85 <i>Acción para evitar desechos de suero o aguas utilizadas en cada centro poblado</i>	138
Tabla 86 <i>Acción realiza con los desechos de residuos líquidos en cada centro poblado</i>	139
Tabla 87 <i>Acción para evitar residuos líquidos se viertan directamente en el medio ambiente, en cada centro poblado</i>	140
Tabla 88 <i>Acción con materiales plásticos, bolsas o empaques que usa en su planta quesera se queso fresco por cada centro poblado</i>	141
Tabla 89 <i>Disposición de residuos sólidos que genera su planta quesera de queso fresco en cada centro poblado</i>	142

Tabla 90 <i>Reducción de recursos naturales (agua y energía) en su planta quesera, en cada centro poblado</i>	143
Tabla 91 <i>Tipo de envase que utiliza para su producto de queso fresco en cada centro poblado</i>	144
Tabla 92 <i>Envase reutilizable en el proceso de queso fresco, en cada centro poblado</i>	145
Tabla 93 <i>Implementación de energía renovable (paneles solare) en su planta quesera, en cada centro poblado</i>	146
Tabla 94 <i>Principal razón de uso de energía renovable en su planta quesera de queso fresco en cada centro poblado</i>	147
Tabla 95 <i>Acciones que evite el desecho de suero y otros residuos líquidos que contaminen el medio ambiente, en cada centro poblado</i>	148
Tabla 96 <i>Los desechos líquidos (suero y agua) generados durante el proceso de producción son reutilizados o tratados para minimizar la contaminación, según centro poblado</i>	149
Tabla 97 <i>Gestiona correctamente los residuos sólidos como plásticos, evitando que se acumulen en el entorno natural, según centro poblado</i>	150
Tabla 98 <i>Reducción del consumo de agua y electricidad en la producción de queso fresco, según centro poblado</i>	151
Tabla 99 <i>Reutilización de materiales de envases en el proceso de producción de queso fresco, según centro poblado.</i>	152
Tabla 100 <i>Utilización de energías renovables en el proceso de elaboración del queso fresco, según centro poblado</i>	153
Tabla 101 <i>Prueba de normalidad de las hipótesis H1, H1a, H1b, H1c</i>	155

Tabla 102 <i>Prueba de hipótesis de económica y desarrollo de procesos en la innovación verde</i>	156
Tabla 103 <i>Prueba de hipótesis de social y desarrollo de procesos en la innovación verde</i>	157
Tabla 104 <i>Prueba de hipótesis de la ambiental y desarrollo de procesos en la innovación verde</i>	158
Tabla 105 <i>Prueba de hipótesis de la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde</i>	160
Tabla 106 <i>Resultado de la prueba de hipótesis</i>	161

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Diagrama de flujo de elaboración del queso fresco</i>	56
Figura 2 <i>Modelo de investigación</i>	58
Figura 3 <i>Ubicación geográfica de la zona de estudio</i>	59
Figura 4 <i>Nivel de conocimiento de los productores de queso fresco</i>	83
Figura 5 <i>Nivel de conocimiento de los productores de queso fresco</i>	110
Figura 6 <i>Nivel de conocimiento de los productores de queso fresco</i>	135
Figura 7 <i>Niveles de la innovación verde en los productores de queso fresco</i>	154
Figura 8 <i>Modelo teórico de la investigación</i>	162

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Panel fotográfico de aplicación de encuestas a los productores de queso fresco.....	200
Anexo 2 Validación de Instrumento	202
Anexo 3 Cuestionario aplicado a los productores de queso fresco	204
Anexo 4 Costos de producción del queso fresco.....	215

RESUMEN

La presente investigación se realizó en el distrito de Bambamarca, teniendo como objetivo determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca. El método utilizado es el hipotético deductivo. La investigación es de enfoque cuantitativo y cualitativo, alcance correlacional, diseño no experimental de tipo transversal; se usó el método de muestreo no probabilístico intencional. La técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los datos obtenidos fueron procesados con el paquete estadístico SPSS FOR Windows versión 28. Los resultados obtenidos determinan que la responsabilidad social empresarial se correlaciona positiva y estadísticamente significativa considerable (0,561**) con desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco. Además, al correlacionar la económica, con desarrollo de procesos en la innovación verde, se determinó que existe una relación positiva y estadísticamente significativamente media (0,266*), la social con desarrollo de procesos en la innovación verde se relaciona positiva y estadísticamente significativamente media (0,374**) y la ambiental con desarrollo de procesos en la innovación verde se relaciona positiva y estadísticamente significativamente considerable (0,618**).

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, innovación verde, económica, social y ambiental

ABSTRACT

This research was carried out in the district of Bambamarca, with the objective of determining the relationship between corporate social responsibility and the development of green innovation processes in fresh cheese producers in the district of Bambamarca. The method used is the deductive hypothetical method. The research has a quantitative and qualitative approach, correlational scope, non-experimental cross-sectional design; the non-probabilistic intentional sampling method was used. The technique used was the survey and the questionnaire was used as an instrument. The data obtained were processed with the statistical package SPSS FOR Windows version 28. The results obtained show that corporate social responsibility correlates positively and statistically significantly (0.561**) with process development in green innovation in producers of fresh cheese. In addition, when correlating economic with process development in green innovation, it was determined that there is a positive and statistically significantly medium relationship (0.266*), social with process development in green innovation is positively and statistically significantly medium (0.374**) and environmental with process development in green innovation is positively and statistically significantly significantly considerable (0.618**).

Keywords: corporate social responsibility, green innovation, economic, social and environmental, social responsibility

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la responsabilidad social empresarial ha emergido como un eje central en el desarrollo de la industria alimentaria, particularmente en los sectores rurales, donde las actividades productivas están estrechamente vinculadas al entorno natural. Este enfoque responde a la creciente demanda global de prácticas que armonicen el desarrollo económico con la protección del medio ambiente y el bienestar social. En este sentido, la responsabilidad social empresarial y la innovación verde han adquirido un protagonismo esencial como herramientas estratégicas para promover un desarrollo equilibrado que favorezca tanto a las empresas como a las comunidades locales en las que operan.

La RSE, entendida como el compromiso de las empresas con el bienestar social, ambiental y económico, ha demostrado ser una estrategia efectiva para garantizar la sostenibilidad de las actividades productivas. Según Barboza et al. (2024), la industria alimentaria tiene la responsabilidad de fomentar la salud de los consumidores y la preservación del entorno, adoptando prácticas que impulsen el desarrollo sostenible. Esta premisa resulta particularmente relevante en comunidades rurales como Bambamarca, donde los productores de queso fresco enfrentan el reto de integrar prácticas sostenibles en sus procesos productivos, garantizando no solo la calidad de sus productos, sino también el equilibrio entre el crecimiento económico y la conservación de los recursos naturales.

Por otro lado, la innovación verde, definida como la creación e implementación de procesos y tecnologías que minimizan el impacto ambiental, representa una oportunidad significativa para los productores rurales. Grazzi et al. (2019); Guinot et al. (2022) señala que en América Latina y el Caribe, la innovación verde está estrechamente relacionada con la adopción

de tecnologías ecológicamente racionales que promueven el desarrollo económico sostenible. En el caso de los productores de queso fresco de Bambamarca, la incorporación de prácticas innovadoras, como la gestión eficiente de recursos, el manejo adecuado de residuos y el uso de tecnologías limpias, no solo mejora su desempeño ambiental, sino que también refuerza su competitividad en un mercado cada vez más exigente.

Este estudio tiene como objetivo principal analizar la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo de procesos de innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca. Para ello, se explorarán las prácticas relacionadas con la sostenibilidad ambiental, la eficiencia en el uso de recursos, la reducción de emisiones contaminantes y la implementación de estrategias que promuevan el bienestar de las comunidades rurales. Según León-Bravo et al. (2019); Román et al. (2022), la integración de la innovación y la sostenibilidad constituye un desafío crítico en la industria alimentaria, siendo clave para garantizar el éxito y la permanencia de las empresas en el largo plazo.

En este sentido, aunque las plantas queseras rurales no están formalmente constituidas como empresas con responsabilidad social empresarial (RSE), analizar su gestión desde este enfoque permite identificar en qué medida aplican principios de sostenibilidad y responsabilidad. Este estudio no solo evalúa sus prácticas actuales en lo económico, social y ambiental, sino que también sienta las bases para su futuro crecimiento empresarial. Al adoptar esta perspectiva, se genera un diagnóstico clave que orientará su transición hacia modelos de negocio más responsables y sostenibles, alineados con las exigencias del mercado y las oportunidades de formalización. Por otro lado, el desarrollo de procesos es parte esencial de la Innovación Verde, ya que esta mejora los métodos de producción para hacerlos más sostenibles y no solo incluye nuevos productos o tecnologías, sino también la optimización de procesos para reducir el

impacto ambiental y mejorar la eficiencia. Por ello, mencionarlo por separado es innecesario (Grazzi et al., 2023)

A través de esta investigación, se espera no solo identificar las buenas prácticas que ya se están implementando en el sector, sino también aportar un diagnóstico integral que permita establecer un modelo replicable en otras regiones con características similares. De este modo, se busca contribuir al fortalecimiento de las capacidades locales y al desarrollo sostenible de las comunidades rurales, posicionando a Bambamarca como un referente en la producción de queso fresco sostenible.

En los siguientes capítulos se mostrará: Capítulo 1 Introducción, Capítulo 2 Revisión de literatura, Capítulo 3 Marco metodológico, Capítulo 4 Resultados y discusiones, Capítulo 5 Conclusiones y Recomendaciones, Capítulo 6 Lista de referencias y Capítulo 7 Anexos.

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha cobrado una importancia significativa en el ámbito empresarial, particularmente entre las micro y pequeñas empresas (MyPEs) (Bizarrón, 2025). Cuando las MyPEs adoptan acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no solo fortalecen el desarrollo social y económico de sus comunidades, sino que también amplían su visión más allá de las metas financieras, esto ha llevado a un creciente interés por incorporar estas prácticas en sus modelos de negocio (Magrinos et al., 2021; Herrero & Gómez-Mejía, 2024; Samaniego-Arias et al., 2025). Por lo tanto, La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) impulsa el desarrollo sostenible al integrar prácticas que benefician el entorno social y ambiental, su implementación mejora la reputación empresarial y promueve un entorno más ético y sostenible (Romo-Jiménez, 2025).

Según Kseniia y Qiwen (2021) definieron la responsabilidad social empresarial como un mecanismo de la estrategia general de la empresa, dirigida a resolver problemas sociales, económicos y ambientales, asegurando el desarrollo sostenible de las empresas. Asimismo, la RSE se trata de crear valor social, colaborativo y estratégico (Palakshappa & Grant 2018). Además, los empleados juegan un papel vital en la implementación exitosa de la RSE al invertir sus esfuerzos y compromiso para impactar positivamente a la sociedad y el medio ambiente (Jones et al., 2017). De igual manera es la obligación de las empresas de contribuir con las problemáticas sociales y ambientales (García-Salazar et al., 2021). Esto implica que las empresas ayudan a contribuir positivamente el bienestar social y el impacto que sus acciones tienen con la sociedad, lo cual representa un pilar importante en el crecimiento, mantenimiento y estabilidad de la misma (Lara & Sánchez 2021; Kankam-Kwarteng et al., 2022).

En cuanto a la innovación verde, Grazzi et al. (2019); Grazzi et al. (2023); Wang et. al (2021) definieron como una amplia gama de mejoras y cambios en la forma en que operan las empresas y las industrias para lograr beneficios ambientales, sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Asimismo, es todo tipo de innovación que contribuya a la creación de productos, servicios o procesos clave que reduzcan el daño, el impacto y la degradación ambiental por parte de las empresas (Guinot et., 2022; Ali et al., 2022). Del mismo modo, la innovación verde conduce a un progreso significativo en la solución de problemas sociales, económicos y ambientales (Samaniego-Arias et al., 2025; Rosca et al., 2017). Es decir, es una estrategia que adoptan las empresas mediante la introducción de nuevas prácticas y tecnologías más respetuosas con el medio ambiente, esto es esencial para abordar los problemas ambientales y promover el desarrollo sostenible (Abbas & Sağsan, 2019; Fernando et al., 2019). En ese marco, el estudio de la literatura señala que la innovación verde ha creado grandes retos y cambios en la empresa, que se enfrenta al equilibrio entre el desarrollo empresarial y la sostenibilidad medioambiental (Aaldering & Song, 2019).

Kraus et al. (2020) mencionaron que la responsabilidad social empresarial y la innovación verde son dos tendencias importantes en el desarrollo de las empresas hoy en día, y también son fuerzas importantes para mejorar el desempeño de las empresas. Por lo tanto, la innovación verde podría ayudar a las empresas a lograr una mayor responsabilidad ambiental y, mejorar el desempeño de la RSE (Chen et al., 2023). Por lo tanto, facilita que las empresas inviertan en innovación verde, ya que tienen acceso a los recursos necesarios para hacerlo realidad (Shahzad et al., 2020). Por consiguiente, la RSE puede proporcionar a las empresas que tengan la orientación necesaria para desarrollar e implementar productos y servicios verdes (Awan et al., 2012).

En efecto, las empresas asumen la responsabilidad empresarial por el medio ambiente y apoyan la implementación de innovación verde, donde buscan aumentar la eficiencia en el uso de los recursos naturales y utilizar tecnologías más limpias y avanzadas (Leitão et al., 2019). Además, la RSE y la innovación verde son la renovación de las tecnologías utilizadas en el entorno empresarial, de acuerdo con las necesidades de la sociedad (Handayani et al., 2017; Shahzad et al., 2020). Por lo tanto, la implementación de la responsabilidad social empresarial y la innovación verde eleva los costos de las operaciones de la empresa y debilita la inversión en innovación tecnológica. (Zhou et al., 2019).

En los últimos años la responsabilidad social empresarial (RSE) ha surgido por los crecientes problemas antiéticos que existe por parte de las empresas (Varzaru et al., 2021). Asimismo, la RSE ha sido investigada en la literatura con conclusiones diferentes en el desempeño de las organizaciones (Okafor et al., 2021). Además, las actividades de RSE suelen estar dirigidas a los miembros de la comunidad y consumidores así, como también a las empresas que se dedican a la responsabilidad social empresarial para entusiasmar a los consumidores (Kankam-Kwarteng et al., 2022).

Varias investigaciones recientes han puesto de manifiesto una relación positiva y significativa entre la responsabilidad social empresarial con la innovación verde (Kraus et al., 2020; Le 2022; Novitasari & Tarigan 2022; Pan et al., 2021; Wan et al., 2023; Mo et al., 2022; Javeed et al., 2022; Ruan et al., 2022; Hang et al., 2022; Nureen et al., 2023). Contradictoriamente estos resultados, Mithani, (2017); Gallego-Álvarez et al. (2011) han encontrado que la relación de la responsabilidad social empresarial sobre la innovación es negativa.

Los resultados contradictorios podrían deberse a: a) la definición de RSE no es clara (Jamali et al., 2017). b) no existe consenso sobre cuál es la mejor estructura de la responsabilidad social empresarial lo que si se ha reconocido es su carácter multidimensional (Anser et al., 2018; Montiel, 2008). Por lo tanto, los compromisos de RSE de las empresas afectaría su desarrollo social, ambiental y económico (García-Piqueres & García-Ramos, 2020)

Así mismo, investigaciones relacionadas a la responsabilidad social empresarial e innovación verde se han centrado en países desarrollados (Hao & He, 2022; Yuan & Cao, 2022), sin embargo, existe la necesidad de investigar dichos temas en países en desarrollo (Prabawani et al., 2023). Por lo tanto, es necesario investigar la relación entre la responsabilidad social empresarial e innovación verde (Ureña et al., 2022).

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Qué relación existe entre la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024?

1.2.2 Problemas Específicos

¿Qué relación existe entre la dimensión económica y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024?

¿Qué relación existe entre la dimensión social y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024?

¿Qué relación existe entre la dimensión ambiental y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación de la investigación

La presente investigación contribuirá teóricamente a futuras investigaciones sobre el tema a tratar; al mismo tiempo, en este estudio se emplea la teoría de la triple P o Triple Bottom Line propuesta por Elkington (1998) y la teoría de los Stakeholders o partes interesadas de Freeman (1984) para explicar y dar soluciones al problema identificado, así mismo considera el enfoque cuantitativo puesto que la literatura muestra relevancia en este tipo de investigación, convirtiéndose de gran aporte para la comunidad científica.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

1.4.2 Objetivos Específicos

Determinar la relación económica con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

Determinar la relación social con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

Evaluar la relación ambiental con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Internacionales

Yazıcı y Çiçeklioğlu (2025) en su estudio titulado; “El papel moderador de la ética ambiental en el efecto de la conciencia de la innovación verde sobre la responsabilidad social empresarial” tuvo como objetivo analizar como la percepción de la innovación verde se integra en las prácticas de responsabilidad social empresarial. Su metodología que usó fue de enfoque cuantitativo, utilizando el muestreo aleatorio simple. Su población estuvo integrada por cuatros centros de operaciones de campo central nuclear en Turquía, su muestra fue conformada por 397 empleados del centro de operaciones. Los resultados se demostraron que, la innovación verde es un enfoque integral que influye notablemente en la responsabilidad social empresarial, incluyendo las dimensiones ambiental, social y económica. Se concluyó que tanto la concienciación sobre innovación verde como la ética ambiental tienen un impacto positivo y significativo en la responsabilidad social empresarial. La principal limitación de este estudio fue que solo se aplicó la muestra en un solo contexto limitando así la generalización de los resultados. Futuras investigaciones podrían explorar otros factores y ampliar la muestra.

Gurler (2024) en su estudio titulado; “El impacto de la responsabilidad social empresarial en la innovación verde: ¿importan la industria, el tipo de datos y la región? Una investigación de metaanálisis” tuvo como objetivo analizar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la innovación verde. Su metodología tiene un enfoque cuantitativo el cual se usó un meta-análisis. Su población estuvo integrada por empresas y organizaciones de diferentes industrias; su muestra estuvo integrada por 29 estudios el cual estuvo integrada por sector manufacturero y

otros sectores industriales de América del norte. En los resultados se demostró que la relación entre la RSE y la innovación verde varían de $(0,416; 0,462)$, lo que proporciona más evidencia de la solidez de los resultados de la investigación. Se concluyó que, Además, los estudios basados en datos primarios muestran una relación más fuerte entre la responsabilidad social empresarial e innovación verde en comparación con aquellos que utilizan datos secundarios. La principal limitación fue la imposibilidad de determinar una relación causal concreta entre la RSE y la innovación verde, ya que los datos analizados tienen un carácter correlacional. Futuras investigaciones se recomiendan profundizar en estudios longitudinales que puedan esclarecer la direccionalidad de esta relación.

Mukhtar et al. (2024) en su estudio titulado; “Integrar la divulgación de ESG en la relación entre la RSE y la cultura organizacional verde hacia la innovación verde” tuvo como objetivo analizar cómo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Cultura Organizacional Verde (GOC) influyen en la innovación verde en la industria manufacturera de Malasia, considerando la divulgación ambiental, social y de gobernanza (ESG) como un factor moderador. Su metodología tiene un enfoque cuantitativo, la población estuvo integrada por empresas del sector consumo, productos y servicios de Malasia, su muestra estuvo integrada por 204 empresas. Para el análisis de datos se usó el SPSS 24.0 y el software AMOS.21. En los resultados se demostró que, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y cultura organizacional verde, tienen un impacto positivo y significativo en la innovación verde. Se concluyó que, la inclusión de la divulgación de ESG actúa como un impulsor para promover prácticas empresariales más sostenibles y éticas, lo que a su vez favorece la adopción de una cultura organizacional centrada en la sostenibilidad ambiental. La principal limitación de este estudio es la aplicación a una sola industria en específica. Finalmente, futuras investigaciones

pueden realizar estudios similares en diferentes industrias o regiones para evaluar la generalización de los resultados en contextos diversos.

Wan et al. (2023) en su estudio titulado; “Responsabilidad social corporativa e innovación verde: El papel moderador de los recursos no absorbidos y la evaluación de los medios” tuvo como objetivo investigar la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y la innovación verde. Su metodología tiene un enfoque correlacional descriptiva. Además, la población estuvo integrada por empresas manufactureras que cotizan en las bolsas de valores de Shanghai y Shenzhen en China durante el período comprendido entre 2011 y 2021. Se utilizó una muestra de 572 empresas manufactureras; utilizaron la base de datos de investigación contable y del mercado de valores de China (CSMAR), también se utilizó Research Data Service Platform (CNRDS). Los resultados mostraron que existe una relación no lineal pero sí positiva en forma de U invertida entre la RSE y la innovación verde exploratoria en 0, 76**. Se concluyó que RSE y la relación entre la RSE y la innovación verde se adaptada en la teoría de la distinción óptima y la teoría de la innovación ambidiestra. La principal limitación fue la muestra, que ha sido aplicada en estudios anteriores. Finalmente, recomendaron que futuras investigaciones utilicen análisis de big data para enriquecer el método de medición de CSRd.

Zhou et al. (2023) en su estudio titulado; “El efecto de la responsabilidad social corporativa en el desempeño ambiental: el papel mediador de la innovación verde y la gestión verde de los recursos humanos” tuvo como objetivo estudiar la relación entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y el desempeño ambiental, considerando la interacción mutua inmediata y la mediación potencial de variables específicas como la innovación verde y la gestión verde de recursos humanos (GHRM). Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo de corte transversal, la población está integrada por las empresas multinacionales de

fabricación textil en Etiopía, donde se obtuvo una muestra de 460 trabajadores, para ello se utilizó un modelo de ruta de mínimos cuadrados parciales. Los resultados mostraron una relación directa y positiva entre la RSE y el desempeño ambiental. Se concluyó que este estudio respalda la idea de que la RSE y la adopción de prácticas de GHRM y la innovación verde son elementos clave para impulsar un desempeño ambiental sólido en las organizaciones, lo que subraya la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social en el ámbito empresarial. La principal limitación, se llevó a cabo en un solo contexto específico de Etiopía. Futuras investigaciones, deben proponer ampliar la investigación en futuros estudios para incluir más naciones con mercados en desarrollo.

Nureen et al. (2023) en su estudio titulado; “Nexo entre responsabilidad social corporativa y desempeño empresarial: un paradigma de innovación verde y sustentabilidad ambiental” tuvo como objetivo examinar el impacto de la responsabilidad social empresarial en el desempeño de la empresa. Su metodología tiene un paradigma tiene un enfoque cuantitativo. Además, la población estuvo integrada por las empresas manufactureras en China, para ello se usó una muestra de 650 gerentes (empleados), para el análisis de datos se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que la responsabilidad social empresarial se relaciona positivamente con la innovación verde. Se concluyó que, es importante que los líderes y gerentes incorporen de manera constante las responsabilidades de gestión ambiental en las técnicas de evaluación y monitoreo del desempeño de la organización, esto involucra que se deben formar expectativas claras y exigir que los trabajadores demuestren comportamientos laborales que puedan ser relacionado con la protección y conservación del medio ambiente. La principal limitación de este estudio solo se recopilaron datos en un solo

contexto. Finalmente, futuras investigaciones deberían recopilar datos de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de otros países en desarrollo.

Beltrán Lugo et al. (2023) en su estudio titulado; “Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la MyPimes del estado de Sinaloa y su impacto ambiental” tuvo como objetivo examinar la integración de iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el estado de Sinaloa, México, así como evaluar sus repercusiones ambientales. Su metodología tiene un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, su población estuvo integrada por los propietarios de las mipymes de Sinaloa-México, así mismo su muestra estuvo integrada por 37 propietarios. Los resultados mostraron que las empresas han adoptado una cultura empresarial centrada en la preservación del medio ambiente, implementando estrategias organizativas para reducir las consecuencias negativas en los procesos de producción y/o comercialización. Se concluyó que, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) constituyen un componente crucial para el desarrollo económico y desempeñan un papel significativo en la generación de empleo. La principal limitación de este estudio es la información denegada y el tamaño de muestra, limitando así la generalización de los resultados. Finalmente, futuras investigaciones deben ampliar la muestra para obtener mejores datos más precisos.

Ibarra et al. (2022) en su estudio titulado; “Catalizadores del desempeño del sector hotelero: orientación emprendedora, responsabilidad social corporativa, gestión de la calidad total” tuvo como objetivo analizar las interrelaciones entre la orientación emprendedora, la responsabilidad social empresarial y la gestión de la calidad total, y cómo progresar al desempeño de los hoteles. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo explicativa de corte transversal. Así mismo, la población estuvo integrada por las empresas

hoteleras de los Estados Unidos y México, su muestra estuvo integrada por 584 hoteles, para el análisis de datos se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que la gestión de calidad total influye en la responsabilidad social empresarial. Se concluyó que la orientación emprendedora tiene el mayor grado de influencia, seguida de la gestión de la calidad total y, en menor medida, la responsabilidad social empresarial. La principal limitación de este estudio fue el tamaño de muestra y la aplicación del instrumento en línea debido a la existencia de la pandemia por COVID-19. Finalmente se recomendaron a otras futuras líneas de investigación investigar el vínculo entre la gestión de la calidad total y la responsabilidad social en el sector comercio e industria, para que de esa manera se tenga un impacto sobre la competitividad empresarial.

Padilla-Lozano y Collazo (2022) en su estudio titulado; “Responsabilidad social corporativa, innovación verde y competitividad: causalidad en la fabricación” tuvo como objetivo estudiar el papel que juega la responsabilidad empresarial y la innovación verde responsable. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo de corte transversal, con lógica deductiva y alcance causal no experimental. Así mismo, la población estuvo integrada por las empresas de la ciudad de Guayaquil – Ecuador; se usó una muestra de 325 gerentes, para ello se realizó un análisis factorial confirmatorio con AMOS 9.0 y el modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que la responsabilidad social empresarial tiene una relación positiva y significativa entre la innovación verde $0,437^{***}(<0,001)$ en la competitividad de la industria manufacturera. Se concluyó que la RSE y la innovación verde son impulsores importantes para lograr la competitividad en las industrias. La principal limitación de este estudio es la muestra que se aplicó en un solo contexto, limitando así la generalización de

los resultados. Finalmente recomendaron ampliar la muestra en otros contextos y evaluar específicamente la innovación verde como mediador entre la RSE y la competitividad.

Dai et al. (2022) en su estudio titulado; “Responsabilidad social corporativa, finanzas verdes y desempeño ambiental: ¿Importa la innovación verde?” tuvo como objetivo analizar el impacto de la responsabilidad social corporativa (RSC) y las finanzas verdes (GI) en el desempeño ambiental (EP) de las instituciones bancarias en mercados emergentes como Bangladesh. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo de alcance correlacional de corte transversal. Además, su población estuvo integrada por los bancos comerciales en Bangladesh, se usó una muestra de 357 empleados, para el análisis de datos se utilizó AMOS 26 y el método ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que la responsabilidad social empresarial (RSC) tuvo una relación positiva significativa con el desempeño ambiental (EP). Se concluyó que las finanzas verdes mejora considerablemente el desempeño ambiental de las instituciones bancarias al minimizar las muestras de carbono y el consumo de energía, y ofrecer capacitaciones ecológicas hacia los empleados sobre ahorro de energía y papel. La principal limitación en este estudio principalmente fue que la muestra ya ha sido aplicada en otras empresas, lo que limita la generalización de los resultados. Finalmente, futuras investigaciones también pueden recopilar datos de otras organizaciones bancarias en otros contextos para observar los cambios en los resultados.

Hang et al. (2022) en su estudio titulado; “¿La responsabilidad social corporativa y la innovación de productos ecológicos impulsan el desempeño organizacional? un modelo de mediación moderado de ventaja competitiva y confianza verde” tuvo como objetivo estudiar el impacto de la RSC y la innovación de productos ecológicos en el desempeño organizacional, considerando la influencia moderadora de la ventaja competitiva y el papel mediador de la

confianza ecológica. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo, la población estuvo integrada por las empresas manufactureras del país de Pakistán, su muestra estuvo integrada por 259 altos ejecutivos (empleados), el estudio se ha realizado a través de análisis de confiabilidad, validez, validez discriminante y modelado estructural utilizando SPSS y Smart PLS para el análisis de datos. Los resultados mostraron un impacto significativo y positivo de la responsabilidad social corporativa (RSC) y la innovación de productos verdes en el desempeño organizacional. Se concluyó que este estudio adopta prácticas de responsabilidad social empresarial y enfocarse en la innovación de productos verdes para alcanzar una ventaja competitiva y perfeccionar el desempeño organizacional. La principal limitación de este estudio es la muestra, limitando la generalización de los resultados. Finalmente se recomienda para futuras investigaciones deberían ampliar el tamaño de muestra en otras empresas manufactureras en otros contextos.

Ruan et al. (2022) en su estudio titulado; “Vinculación de la responsabilidad social corporativa medioambiental con el desempeño de la innovación verde: el papel mediador de la capacidad de visión compartida y el papel moderador de la falta de recursos” tuvo como objetivo analizar cómo la responsabilidad social corporativa ambiental afecta el desempeño de la innovación verde, considerando el efecto mediador de la capacidad de visión compartida y el efecto moderador de la holgura de recursos. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo, su población estuvo integrada por las empresas manufactureras de China; se utilizó una muestra de 351 empleados, para ello utilizaron el método de muestra única. Los resultados reafirmaron que la responsabilidad social empresarial ambiental se relaciona positivamente con el desempeño de la innovación verde en 0,343 ($p < 0.01$). Se concluyó que la capacidad de compartir una visión común relacionada con la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad

social ayuda a traducir la responsabilidad social en acciones concretas de innovación verde. La principal limitación del estudio, solo recopiló datos auto informados a través un cuestionario. Finalmente, futuras investigaciones pueden adoptar datos secundarios públicos para probar el mismo modelo de investigación y comparar los resultados con nuestro estudio para fortalecer la solidez de la investigación.

Javeed et al. (2022) en su estudio titulado; “¿Cómo influye la estrategia de innovación verde en el financiamiento corporativo? La responsabilidad social corporativa y la Diversidad de Género Juegan un Papel Moderador” tuvo como objetivo proponer que las estrategias de innovación verde a nivel de empresa logren prevalecer el impacto ambiental negativo de la industria. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo de corte longitudinal, de modelo GMM o también conocida como modelo de panel dinámico, la población estuvo integrada por las empresas manufactureras que cotizan en la bolsa de valores de Shanghai y Shenzhen de China; se utilizó una muestra de 301 empresas manufactureras chinas, para el análisis de datos se realizó con base de datos CSMAR. Los resultados mostraron que la responsabilidad social empresarial puede influir positivamente en la conexión entre la estrategia de la innovación verde. Se concluyó que las prácticas de innovación verde pueden ser beneficiosas tanto para las empresas en términos de financiamiento como para el medio ambiente al promover la sostenibilidad. La principal limitación de este estudio es la muestra y la aplicación en un solo sector, limitando así la generalización de los resultados. Finalmente recomendaron, investigar el papel de la alta dirección empresarial en las iniciativas ambientales proactivas y la innovación verde.

Mo et al. (2022) en su estudio titulado; “Actividades de responsabilidad social corporativa y desempeño de la innovación verde en las organizaciones: ¿importan las

preocupaciones ambientales gerenciales y la capacidad de absorción verde?” tuvo como objetivo evaluar cómo las actividades de responsabilidad social corporativa perturban el desempeño de la innovación verde de las empresas. Su metodología tiene un enfoque cuantitativo. Además, su población estuvo integrada por las empresas manufactureras y servicios en China, se usó una muestra de 358 altos ejecutivos. Para ello se ha utilizado un análisis de regresión y Bootstrap. Los resultados mostraron que las actividades de responsabilidad social optimizan positivamente a la innovación verde de las empresas en 0,161. Se concluyó que la responsabilidad social corporativa tiene mucha importancia en el entorno empresarial actual, de tal modo que las empresas reconocen que la implementación de responsables puede contribuir a su éxito a largo plazo al generar beneficios tanto para la sociedad como para su propia competitividad en el mercado. La principal limitación de este estudio fue el tamaño y la selección de la muestra, limitando la generalización de los resultados. Finalmente recomendaron, futuras investigaciones realicen un análisis más profundo de los mecanismos y las condiciones relacionadas con su área de estudio, desde diferentes perspectivas y prestando atención a otras condiciones de contorno relevantes. Esto permitirá una comprensión más completa y precisa del fenómeno investigado.

Azam et al. (2022) en su estudio titulado; “Medición de la innovación verde a través de la gestión de la calidad total y la responsabilidad social corporativa dentro de las pymes: la teoría verde bajo la lente” tuvo como objetivo investigar cómo las prácticas de Gestión de Calidad Total (TQM) y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) pueden ayudar a las organizaciones a lograr sus objetivos de Innovación Verde. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo de alcance correlacional de corte transversal, su población estuvo integrada por los altos ejecutivos que trabajan en las Pequeñas y Medianas Empresas manufactureras en Pakistán. Se utilizó una muestra de 355 altos ejecutivos, que fueron aplicados mediante cuestionarios, para

el análisis de datos se utilizó el sistema de ecuaciones estructurales PLS-SEM. Los resultados de esta investigación mostraron que la gestión de calidad total (TQM) tiene un impacto significativo en dos aspectos de la innovación verde (IG). Se concluyó que la implementación efectiva de la gestión de la calidad total y el compromiso con la responsabilidad social empresarial logren formar un entorno propicio para la adopción y desarrollo de prácticas de innovación verde en las PYMES. La principal limitación de este estudio solo se aplica a las Pequeñas y Medianas Empresas manufactureras. Futuras investigaciones deberían aplicar el mismo modelo en otras empresas no manufactureras.

Novitasari y Agustia (2022) en su estudio titulado; “El papel de la gestión de la cadena de suministro verde y la innovación verde en el efecto de la responsabilidad social corporativa en el desempeño de la empresa” tuvo como objetivo “analizar las implicaciones ambientales de las empresas, específicamente el papel de la gestión de la cadena de suministro verde y la innovación verde como variables intermedias entre el efecto de la responsabilidad social empresarial en el desempeño de la empresa y el efecto de la responsabilidad social empresarial en el desempeño de la empresa.” Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo. Además, la población estuvo integrada por empresas manufactureras que cotizan en las bolsas de valores de Indonesia. Se usó una muestra de 211 empresas, los cuales fueron conseguidos a través de un método de muestreo intencional. Así mismo se utilizó STATA para probar los datos de este estudio. Los resultados mostraron que la innovación verde no medió el efecto de la responsabilidad social empresarial en el desempeño de la empresa. Se concluyó que la responsabilidad social empresarial (RSE) puede desempeñar un papel fundamental en el perfeccionamiento del desempeño empresarial, exclusivamente a través de la promoción de la innovación verde. La principal limitación de este estudio solo incluyó a empresas

"APROPIADAS" que cotizan en la Bolsa de Valores de Indonesia. Esto implica que no pueden ser generalizables a otras empresas que no cumplen con estos criterios o que se encuentran en diferentes contextos o mercados. Finalmente, recomendaron para futuras investigaciones utilizar las variaciones de la empresa que ingresen países con el contexto ambiental aplicado en Indonesia.

Novitasari y Tarigan (2022) en su estudio titulado; "El papel de la innovación verde en el efecto de la responsabilidad social corporativa en el desempeño empresarial" tuvo como objetivo examinar la responsabilidad social corporativa en el desempeño de las empresas con la innovación verde como mediación. Su metodología que utilizó fue de enfoque cuantitativo intensional. Así mismo, la población estuvo integrada por las empresas cotizadas en la Bolsa de Valores de Indonesia durante el período comprendido entre 2015 y 2019. Se usó una muestra de 253 empresas. Para el análisis de los datos se utilizó el programa de ESTATA. En los resultados se demostró que la responsabilidad social corporativa tiene una relación positiva con la innovación verde con una correlación de 0.000. Se concluyó que la responsabilidad social empresarial logra formar el pilar de las empresas en el desempeño de las empresas. La principal limitación de este estudio fue la aplicación del instrumento a una sola industria. Finalmente, recomendaron para futuras investigaciones aumenten el tamaño de muestra incluyendo otros tipos de empresas, tales como las empresas mineras, que alcancen tener un impacto significativo en el medio ambiente.

Le (2022) en su estudio titulado; "¿Cómo la responsabilidad social corporativa y la innovación verde transforman la estrategia verde empresarial en un desempeño empresarial sostenible?"; tuvo como objetivo inspeccionar la relación entre la estrategia verde empresarial y el desempeño empresarial sostenible para las PYME. Su metodología que utilizó fue de enfoque

cuantitativo, la población estuvo integrada por las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Vietnam. Se usó una muestra de 469 gerentes y subgerentes empleados, para el análisis de los datos se utilizó el programa Smart PLS (v 3.3.2). En los resultados se demostró que la RSE y la innovación verde influyen parcialmente la relación entre la estrategia verde y el desempeño sostenible. Se concluyó que, de manera similar, la innovación verde interviene parcialmente la relación entre la RSE y el desempeño sostenible de las empresas. Así mismo la responsabilidad social empresarial y la innovación verde median parcialmente el vínculo entre la estrategia verde y el desempeño sostenible. La principal limitación de este estudio se centró únicamente en las PYME manufactureras; además la aplicación del instrumento en línea mediante LinkedIn, limitando así la generalización de los resultados. Finalmente, recomendaron para futuras investigaciones ampliar el estudio, para diversificar los enfoques de investigación para generalizar los resultados.

Yu y Wang (2022) en su estudio titulado; “El impacto de la innovación verde en el cumplimiento de la responsabilidad social corporativa de las pequeñas y medianas empresas manufactureras: el papel moderador de la regulación ambiental regional”; tuvo como objetivo examinar el impacto que tiene la innovación verde acerca de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en la responsabilidad social empresarial (RSE) y las relaciones moderadoras de las regulaciones gubernamentales. Su metodología usada tiene un enfoque cuantitativo, la población estuvo integrada por las Pequeñas y medianas empresas manufactureras en el país de China, se usó una muestra de 269 empresas, para el análisis de los datos se utilizó el análisis de regresión jerárquica. En los resultados se demostró que milita una curva en forma de U inversa entre la innovación verde y la responsabilidad social empresarial de las pymes manufactureras, así mismo tienen un efecto moderador en la relación entre la innovación verde y la responsabilidad

social empresarial de las pymes. Se concluyó que explora la relación no lineal entre la innovación verde y el cumplimiento de la responsabilidad social. De tal modo que cuando se efectúan en abundancia actividades de innovación verde, se dificulta el cumplimiento de la responsabilidad social de las PYME manufactureras. La principal limitación de este estudio es la muestra, limitando la generalización de los resultados. Finalmente, para futuras investigaciones recomendaron ampliar la muestra, esto ayudara a proporcionar una comprensión más completa del tema a investigar y generalizar los resultados.

Shahzad et al. (2020) en su investigación titulada; “Relación entre la sostenibilidad ambiental, la RSE y la innovación ecológica: un caso de la industria manufacturera pakistani” tuvo como objetivo examinar como las diferentes dimensiones de la RSE impactan en el desarrollo sostenible y más allá en la innovación verde. Su metodología que aplico fue de enfoque cuantitativo; su población estuvo conformada por las industrias manufactureras de Pakistán además su muestra estuvo integrada por 282 industrias, el cual para el análisis de los datos se usó el (PLS-SEM). En los resultados se encontraron que, las dimensiones de la responsabilidad social empresarial tienen una relación positiva y significativa con el desarrollo ambiental (innovación verde). Se concluyó que, la investigación destaca que integrar la RSE en las estrategias ambientales impulsa la innovación verde, ya que sus dimensiones favorecen el desarrollo sostenible. La principal limitación fue la muestra que solo se aplicó a empresas industriales, limitando la generalización de los resultados. Futuras investigaciones deberían ampliar la muestra en diferentes campos.

Borsatto et al. (2020) en su estudio titulado; “Regulaciones ambientales, Innovación y desempeño verde: Un análisis de empresas del sector industrial de países desarrollados y países emergentes” tuvo como objetivo analizar si el nivel de rigurosidad de las condiciones

ambientales influye en la inversión de las empresas industriales en innovación verde y cuál es el impacto en el desempeño financiero de las empresas. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo de corte transversal, la población estuvo integrada por las empresas industriales de Brasil, se usó una muestra de 159 empresas, para el análisis de este estudio se utilizó el modelado de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que la competitividad de los países no influye positivamente en los esfuerzos de la innovación verde de las empresas. Se concluyó la facilitación de una visión integral y fundamentada sobre la relación entre las condiciones ambientales, la competitividad internacional y el desempeño financiero en el sector industrial. La principal limitación de este estudio es la muestra y el corte transversal. Finalmente, futuras investigaciones podrían considerar el uso de nuevas variables para de esa manera medir tanto la Innovación Verde como el desempeño financiero de las empresas.

Madero-Gomes (2020) en su estudio titulado; “La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas organizacionales de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social empresarial en México” tuvo como objetivo analizar el efecto moderador de la satisfacción laboral en las prácticas de recursos humanos y las líneas estratégicas de la responsabilidad social empresarial. Su metodología tiene un paradigma de enfoque cuantitativo correlacional y explicativo con un diseño ex post facto, no experimental, la población estuvo integrada por las empresas del Noreste de México, se usó una muestra de 458 empleados. Los resultados mostraron, que la satisfacción laboral influye positivamente en las prácticas de recursos humanos. Se concluyó que las prácticas son esenciales para la implementación de estrategias de responsabilidad social empresarial. La principal limitación de este estudio es que los resultados no son generalizables para toda la población debido a la especificidad de la región geográfica en la que se realizó la investigación. Finalmente se recomendaron a futuras

investigaciones replicar el estudio en diferentes ciudades y sectores industriales para obtener una visión más amplia y comparativa del fenómeno estudiado.

2.1.2 Nacionales

Alayo et al. (2021) en su estudio titulado; “Influencia de la innovación abierta en el rendimiento financiero a través de la responsabilidad social corporativa en el sector manufacturero en economías emergentes” tuvo como objetivo identificar el papel de la responsabilidad social empresarial como variable mediadora entre la innovación abierta y el rendimiento financiero. Su metodología es de enfoque cualitativo de corte transversal, la población estuvo integrada por las empresas manufactureras del Perú, así mismo su muestra estuvo integrada por 383 dueños y gerentes, para ello se realizó un cuestionario de opción múltiple. Los resultados mostraron, conocimientos empíricos sobre las estrategias de innovación de estudio abierta en las empresas. Se concluyó que las actividades de la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero han arrojado resultados inconsistentes, incluidos efectos negativos, positivos e insignificantes. La principal limitación de este estudio es la metodología que se utilizó, limitando la recopilación y el análisis de los datos. Finalmente, futuras investigaciones pueden utilizar otro tipo de metodología y enfocarse en el impacto de la innovación abierta en relación con los modelos de cuádruple o quíntuple hélice en empresas de diferentes países.

Pardave Mauricio (2019) en su estudio titulado; “Innovación empresarial y la responsabilidad social corporativa en las empresas del sector industrial de Huachipa, Lurigancho Chosica, 2019” tuvo como objetivo examinar la relación entre la innovación empresarial y la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector industrial. Su metodología tiene un enfoque cuantitativo correlacional de corte transversal, la población estuvo integrada por los

trabajadores de las empresas del sector industrial de Huachipa, se usó una muestra de 227 trabajadores, para el análisis de datos se aplicó la estadística descriptiva e inferencial. Los resultados mostraron una relación positiva y significativa entre la innovación tecnológica y la responsabilidad social empresarial, esta ha sido respaldada por la influencia de Spearman con un valor de 0.838. Se concluyó que la innovación empresarial se relaciona de una manera favorable con la responsabilidad social empresarial de la empresa. La principal limitación de este estudio es la muestra y la falta de datos longitudinales, limitando así la generalización de los resultados. Finalmente, se recomendaron ampliar la muestra en diferentes contextos, para así mejorar la innovación empresarial y asumir mayor compromiso la responsabilidad social empresarial, para el bienestar de los trabajadores.

Rosales y Berthany (2019) en su estudio titulado; “Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018” tuvo como objetivo examinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C. Su metodología tiene un enfoque cuantitativo correlacional. Así mismo su población estuvo integrada por los colaboradores de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C. en Sullana, su muestra estuvo integrada por 124 colaboradores. Los resultados mostraron que sí existe una relación positiva y significativa entre la responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva de la empresa. Se concluyó que la responsabilidad social corporativa en FRUITXCHANGE SAC ha consolidado su popularidad y la percepción positiva de la empresa por parte de sus clientes, proveedores y otros representantes clave en el entorno empresarial. La principal limitación de este estudio es la muestra y la recopilación de datos de un solo año, limitando así la generalización de los resultados. Finalmente, recomendaron para futuros estudios ampliar la muestra y realizar un análisis

longitudinal que abarque varios años para examinar la relación entre la responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE SAC a lo largo del tiempo.

Delgado (2019) en su estudio titulado; “Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la satisfacción laboral de la empresa SEDALIB S.A. – distrito de Trujillo 2018” tuvo como objetivo determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la satisfacción laboral de la empresa SEDALIB S.A. del distrito de Trujillo. Su metodología es de método inductivo y deductivo, de tipo correlacional y de corte transversal, la población estuvo integrada por los trabajadores de la empresa SEDALIB S.A. Así mismo su muestra estuvo integrada por 152 trabajadores de la empresa, para ello se utilizó un cuestionario en función de nueve indicadores, y una escala General de Satisfacción Laboral (EGSL). Los resultados mostraron que la responsabilidad social empresarial permite conseguir beneficios, en preciso en representación de aumento de la satisfacción laboral. Se concluyó que la RSE tiene un enfoque positivo en la satisfacción laboral de la empresa. La principal limitación de este estudio fue la aplicación de datos de corte transversal, limitando así la aplicación de los resultados. Finalmente, futuras investigaciones pueden establecer un mejor control de las variables, y establecer una relación entre la RSE y la administración del personal en aspectos cuantitativos, así como ausentismo, tardanza y rotación.

2.1.3 Regionales o locales

Abanto (2022) en su estudio titulado “La responsabilidad social corporativa y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio en la provincia de Chota, 2021” tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la responsabilidad social corporativa (RSC) y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de

la provincia de Chota en el año 2021. Su metodología es de enfoque cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal. Su población estuvo integrada por 16 propietarios de micro y pequeñas empresas del sector comercio, la muestra estuvo integrada por 42 trabajadores y 196 clientes. Los resultados mostraron que la RSC y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Chota en el año 2021 tiene una correlación positiva de 0.835. Se concluyó que la implementación de prácticas de (RSC) mejoran la popularidad de las micro y pequeñas empresas en el sector comercial de la Provincia de Chota. La principal limitación de este estudio es al acceso a la información. Finalmente, futuras investigaciones se pueden realizar en cómo la adopción de prácticas de RSC en las MYPES afecta a sus relaciones con proveedores y cómo esto puede influir en la competitividad y la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Gutiérrez (2021) en su estudio titulado; “La responsabilidad social empresarial y su influencia en el crecimiento empresarial de las Mypes de la ciudad de Cajamarca” tuvo como objetivo establecer la influencia de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el distrito de Cajamarca en el periodo 2017 – 2018. Su metodología es de enfoque cuantitativo de diseño no experimental, la población estuvo integrada por las pequeñas y medianas empresas del distrito de Cajamarca, así mismo la muestra estuvo integrada por un total de 79 PYMES, para la recolección de datos se utilizó como instrumento un cuestionario, con escalas de Likert. Los resultados mostraron una relación directa entre la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial de las pequeñas y medianas empresas del distrito de Cajamarca. Se concluyó que, existen relaciones directas entre la RSE en sus dimensiones económica, social, medio ambiental. La principal limitación de este estudio fue la muestra, limitando así la generalización de los resultados.

Finalmente, otras investigaciones pueden realizar en cómo las prácticas de RSE pueden afectar la competitividad de las MYPES en Cajamarca, esto podría incluir el análisis de indicadores clave de rendimiento, como la cuota de mercado, la rentabilidad y la capacidad de innovación.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teoría de la Triple P o Triple Bottom Line

Esta investigación se sostiene en la teoría de la triple P o Triple Bottom Line de Elkington (1998). La TBL afirma que las empresas deben tener un compromiso para promover un enfoque más holístico y sostenible del gobierno corporativo que permita a las empresas considerar no solo su desempeño financiero, sino también sus responsabilidades sociales y ambientales, para garantizar que las empresas sean económicamente viables, ambientalmente racionales y socialmente responsables; de tal modo las empresas deben ser conscientes de su papel en la sociedad y su impacto en el medio ambiente y esforzarse por crear valor no solo para los accionistas, sino también para todas las partes interesadas, incluidos los empleados, clientes, proveedores y la sociedad en su conjunto (Elkington, 1998). Esta teoría se ha ganado una enorme notoriedad no solamente entre empresas, sino también en otras esferas como consultorías, profesionales contables y hasta ONG (Milne & Gray, 2013; Norman & MacDonald, 2004; Robins, 2006).

2.2.2 Teoría de los Stakeholders o partes interesadas

Además de la teoría antes mencionada y detallada, también existe otra teoría que dio más soporte a esta investigación.

La teoría de los Stakeholders o partes interesadas de Freeman (1984). La teoría afirma que se considera a la creación de valor como uno de los primordiales motores de una empresa, pero también reconoce que este valor debe ser compartido entre grupos de interés que incluyen

no solo a los accionistas y gerentes, sino también a todos los miembros de la sociedad que puedan tener interés en las operaciones de la empresa; además las partes interesadas, o grupos de interés, son aquellos grupos u organizaciones que tienen interés en los procesos y resultados de la empresa y de quienes la empresa depende para lograr sus objetivos (Freeman et al., 2007). La teoría de las partes interesadas o Stakeholders no significa que los representantes de estos grupos deban estar en la junta directiva de la empresa, significa que los intereses de estos grupos están interconectados y al crear valor, es necesario mirar cómo lo hace cada parte interesada individual, la teoría se trata de cómo las empresas funcionan mejor y cómo funcionan; de cómo construir y administrar una empresa eficaz (Freeman et al., 2010).

2.2.3 Responsabilidad social empresarial

Según Martos et al. (2019) La responsabilidad social empresarial se define como el compromiso libre, proactivo y estratégico de una empresa para satisfacer las necesidades de sus grupos de interés y proteger el medio ambiente. Del mismo modo para (Font & Bolívar, 2010) la responsabilidad social empresarial se define como una filosofía que promueve el bienestar social y la salud ambiental desde la alta dirección a través de un comportamiento organizacional responsable. La responsabilidad social empresarial es la contribución activa al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas (Kliksberg, 2013).

Las estrategias de responsabilidad social empresarial se han convertido en una preocupación mundial en la actualidad y están diseñadas para ayudar a las empresas a responder a las presiones de las partes interesadas y mejorar la ventaja competitiva y el alto rendimiento. (Handayani et al., 2017). Del mismo modo, también se aplica a la responsabilidad de la empresa y sus partes interesadas, quienes pueden reforzar la confianza mutua entre la empresa y la sociedad, de tal modo contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad (Ling, 2019).

Por lo tanto, las empresas tienen la obligación de seguir estas políticas y tomar decisiones para realizar las acciones necesarias que se tiene en cuanto a los objetivos y valores de la sociedad (Latif et al., 2020). Asimismo, la responsabilidad social empresarial también incluye varios objetivos, como los objetivos económicos, sociales y ambientales, son parte del desarrollo social sostenible (Hernández, 2017).

A continuación, en la Tabla 1 se muestra las definiciones de responsabilidad social empresarial definidas por diversas investigaciones en la literatura.

Tabla 1

Definiciones de la responsabilidad social empresarial según autores y año

Autor	Definición
McWilliams y Siegel (2001)	“Las acciones que algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y lo que exige la ley” (p. 117)
Smith (2002)	"La integración de las operaciones y los valores empresariales en la que los intereses de todas las partes interesadas clientes, empleados, inversores y el medio ambiente se reflejan en las políticas y acciones de la organización". de la organización" (p. 42)
De la Cuesta González y Martínez (2003).	“Reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores” (p. 11)
Correa y Amit (2004)	“Se refiere a una forma de hacer negocios que toman en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente” (p. 15)
García González (2005)	"Implementación en las empresas de una estrategia que

	contemple mejorar la relación de la empresa con sus Stakeholders (empleados, proveedores, consumidores, accionistas, inversores y sociedad civil), y emitir los resultados del negocio en relación a lo social, lo ambiental y lo financiero” (p. 318)
Toro (2006)	El plan de una empresa para utilizar recursos escasos para lograr objetivos sociales a largo plazo y crear una ventaja competitiva
Barnett (2007)	“Asignación discrecional de los recursos corporativos para mejorar el bienestar social que sirve como medio para mejorar las relaciones con las partes interesadas” (p. 801)
Rodríguez (2008)	“La empresa integra de forma voluntaria las dimensiones social y medioambiental en sus relaciones con los grupos de interés” (p. 111)
Argandoña (2009)	“Se define en cómo entendemos la sociedad en que vivimos y la naturaleza de los agentes que formamos parte de ella” (p. 4)
Fontalvo Herrera (2010)	Acciones tomadas por las empresas para responsabilizarse del impacto social y ambiental de sus operaciones. “Acciones y políticas organizacionales específicas del contexto que toman en cuenta las expectativas de las partes interesadas y el resultado final triple del desempeño económico, social y ambiental” (p.855)
Aguinis (2011)	“El compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo sostenible, es decir, es el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social” (p. 5)
Aguilera & Puerto (2012)	“Permite crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico medioambiental y social” (p. 84)
Muñoz-Martín (2013)	“Una forma de hacer de las organizaciones dedicadas a los negocios con repercusión en la forma de ser de las personas

	implicadas en esas operaciones (Stakeholders o grupos de interés)” (p. 169)
Velásquez et al. (2015)	“La participación voluntaria, por parte de las compañías, quienes se preocupan de la importancia social y ambiental a causa de sus operaciones comerciales u otras actividades” (p.33).
Presuttari (2016)	“Las empresas deciden voluntariamente integrar las preocupaciones sociales y ecológicas en sus actividades comerciales y en las relaciones con sus interlocutores” (p. 9)
Lara (2017)	“Contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido” (p. 1150)
Wulf (2018)	“Es un conjunto de principios y valores de gestión que identifican a la empresa tanto con su entorno interno (trabajadores, directivos y accionistas)” (p.7)
Martos et al. (2019)	“El compromiso voluntario, proactivo y estratégico de la empresa para satisfacer las necesidades de sus grupos de interés, así como preservar el medio ambiente” (p.3)
García & Bedoya (2020)	“Es integrar las políticas en el gerenciamiento de la organización y establecer las dimensiones económicas sociales y ambientales” (p.140)
Reyes-Ramírez et al. (2022)	“Está constituida por factores estratégicos en las empresas dirigidas a mejorar las condiciones sociales, económicas y ambientales” (p.288).

Por lo tanto, la definición para la presente investigación se tomará del autor García y Bedoya (2020) quienes definieron la responsabilidad social empresarial “integrar las políticas en el gerenciamiento de la organización y establecer las dimensiones económicas sociales y

ambientales” (p.140). Por otra parte, la responsabilidad social empresarial se compone de diferentes dimensiones o elementos; para esta investigación se considera las dimensiones propuestas por el estudio de García y Bedoya (2020): a) económica, b) social, y c) ambiental puesto que son las más utilizadas en la mayoría de estudios.

En la tabla 2 se muestra las dimensiones utilizadas para la presente investigación.

Tabla 2

Dimensiones utilizadas en la investigación

Autor (es) año	Dimensiones
García y Bedoya (2020)	a) económica, b) social y b) ambiental

2.2.3.1 Económica.

En la responsabilidad social empresarial se refiere a los aspectos vinculados, como el crecimiento económico, generación de ingresos y creación de empleo, creando una distribución equitativa y homogénea (Bodosca & Diaconescu, 2015). Así como centrándose principalmente en los intereses de los socios de una empresa y considerar la obtención de beneficios económicos, siendo esta la responsabilidad más importante de la empresa (Ling, 2019). En general, este incluye todos los aspectos económicos y financieros de la empresa (Acosta et al., 2018). Por lo tanto, la dimensión económica en lo general se refiere a la capacidad de un negocio para asegurar su sostenibilidad a largo plazo se fundamenta en la responsabilidad económica. Esto implica la mejora continua de su situación financiera, lo que no solo permite un crecimiento gradual, sino que también fortalece la competitividad de un negocio en el mercado. (Lu et al., 2020).

La dimensión económica hace referencia a la repartición del valor agregado entre colaboradores y socios, así mismo la distribución de bienes y servicios para la comunidad, por lo

tanto, es el crecimiento gradual por parte de la empresa para obtener beneficios económicos, mantener el control de sus costes y que la empresa pueda generar riquezas en el entorno (Cajiga, 2013). Maximizar la producción y el bienestar económico sin desperdiciar recursos valiosos, es importante tanto para el desarrollo económico a largo plazo (Sosa et al., 2020). Por lo tanto, la dimensión económica hace mención a los aspectos relacionados con los clientes, así como la calidad de los productos y servicios como también a la ampliación de mercados. (Vázquez & Hernández, 2013). Finalmente, la literatura evidencia que la dimensión económica de la RSE se relaciona de manera positiva con la innovación verde Shahzad et al. (2019); Grazzi et al. (2019); Yazıcı y Çiçeklioğlu (2025).

A continuación, en la Tabla 3 se muestra las definiciones de la dimensión económica definidas por diversos estudios.

Tabla 3

Definiciones establecidas sobre la dimensión económica según autores y año

Autor	Definición
Kuhlman y Farrington (2010)	Se trata de los recursos indispensables para mantener el proceso en funcionamiento continuo.
Porter y Kramer (2011)	Es un instrumento para aumentar la competitividad empresarial, mientras se mejora el bienestar de las comunidades y se minimizan los impactos ambientales
Elkington (2012)	La capacidad de generar valor a largo plazo de manera ética, equilibrando ganancias con responsabilidades sociales y ambientales.
García (2013)	La capacidad de crear riqueza de forma eficaz, garantizando la estabilidad financiera y el crecimiento económico sostenido, sin comprometer los recursos necesarios para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades.
Bocken (2014)	Se enfoca en la eficiencia de recursos y reducción de costos, así como en

	generar ingresos sostenibles a través de la innovación y modelos de negocio que adopten principios de sostenibilidad.
Dyllick y Muff (2016)	Implica considerar no solo la viabilidad financiera a largo plazo de las empresas, sino también su contribución al bienestar económico general, el cual debe generar valor sostenible para todos los grupos de interés, no solo para los accionistas.
Schaltegger et al. (2016)	Es generar valor económico a largo plazo a través de la innovación y la optimización de recursos.
Lu et al. (2020)	Es la capacidad de una empresa o negocio para asegurar su sostenibilidad económica a largo plazo se fundamenta en la responsabilidad económica y se refleja en la situación financiera del negocio.
Cano-Londoño et al. (2022)	“Se define como la contribución porcentual igual de las categorías estandarizadas de inversión económica y beneficio económico” (p.9).
Abinzano et al. (2023)	Examina la economía de un país, región o empresa, es decir, se concentra en los aspectos monetarios y financieros de una organización o entidad.

A partir de las diversas definiciones presentadas en la tabla anterior, se observa que el concepto de la dimensión económica puede interpretarse de manera variada, aunque con un significado fundamentalmente similar. Esta investigación adoptará la conceptualización propuesta en dicho contexto de Lu et al. (2020) se define como la capacidad de una empresa o negocio para asegurar su sostenibilidad económica a largo plazo se fundamenta en la responsabilidad económica y se refleja en la situación financiera del negocio. Por lo tanto, la dimensión económica de la responsabilidad social empresarial está compuesta por sostenibilidad económica.

2.2.3.1.1 *Sostenibilidad económica*

La sostenibilidad económica se define como la capacidad de un negocio para generar ingresos suficientes que cubran sus costos, permitan la reinversión y aseguren un crecimiento sostenible a largo plazo. (Di Vaio et al., 2022). Del mismo modo, la sostenibilidad económica es aquella empresa para mantener su existencia y continuidad a lo largo del tiempo, asegurando la continuidad del negocio, teniendo así un buen estado económico (Singh et al., 2016).

En la presente investigación, se empleó la dimensión económica, la cual se basó en el estudio de Fatma et al. (2016) como referencia. Asimismo, se han adoptado los ítems propuestos por estos autores para evaluar la dimensión económica en el contexto específico de plantas queseras dedicadas a la producción de queso fresco, elaborados por productores especializados en este sector, en el cual se usó una escala de Likert de 5 puntos.

Según Sekaran y Bougie (2016) la escala de cinco puntos es la más apropiada para comprender las opiniones de los encuestados en la investigación cuantitativa. En consecuencia, dicha escala nos ayuda a reducir el resentimiento de los encuestados y aumenta la originalidad de los datos de la investigación (Ogiemwonyi et al., 2023).

Por lo tanto, para esta investigación, se utilizaron cuatro preguntas y una escala de Likert de 5 puntos. Los ítems utilizados en esta investigación fueron en comparación a la económica, (ver tabla 4).

Tabla 4

Items de la dimensión económica

Dimensión	Indicador	Ítems
Económica	Sostenibilidad económica	Cree que su negocio tiene la capacidad de continuar y crecer en el tiempo de manera sostenible (Crecimiento a Largo Plazo)

Los ingresos de su negocio le permiten reinvertir en la mejora o expansión de la producción

Los ingresos de su negocio le permiten cubrir todos los costos de producción de manera eficiente

Considera que su negocio actual le genera ingresos suficientes para mantener un nivel de vida adecuado

2.2.3.2 Social.

La dimensión social en la responsabilidad social empresarial cubre las relaciones entre empresa y sociedad que incorpora la postura de una empresa sobre las prácticas laborales, además de ello incluye los derechos humanos y la responsabilidad de los productos que ofrece (Ghaderi et al., 2019). Además, se refiere a los derechos laborales se encargan de brindar un ambiente de trabajo seguro y saludable de acuerdo con el bienestar laboral, bienestar social y la igualdad en el trabajo, cuidar a los empleados y la sociedad, generando nuevas oportunidades (Wang et al., 2020). Las organizaciones deben esforzarse por crear un entorno de trabajo agradable, cuidar el desarrollo personal de los empleados y tener en cuenta sus necesidades. Es importante decir que el pilar social del Triple Bottom también aborda cuestiones como la pobreza, el trabajo infantil y la explotación laboral (Newell & Frynas, 2007).

La dimensión social en una organización que aborda aspectos relacionados con la igualdad, el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, así como la participación y comunicación de los trabajadores en la empresa, así como los factores influyen en la dinámica organizativa y en el bienestar de los empleados (Vázquez & Hernández, 2013). Finalmente, la literatura evidencia que la dimensión social de la RSE se relaciona de manera positiva con la innovación verde Shahzad et al. (2019); Grazzi et al. (2019); Yazıcı y Çiçeklioğlu (2025).

A continuación, en la Tabla 5 se muestra las definiciones de la dimensión social definidas por diferentes estudios en la literatura.

Tabla 5

Definiciones establecidas sobre la dimensión social según autores y año

Autor	Definición
Brown et al. (1987)	El cumplimiento continuo de las necesidades humanas básicas, como alimentación, agua y vivienda, así como de necesidades sociales y culturales más avanzadas, tales como seguridad, educación, empleo y tiempo libre.
Trebilcock et al. (2006)	Se refiere a la integración, igualdad y colaboración de diversas disciplinas para abordar y resolver los problemas y necesidades de las comunidades y grupos sociales
Thomas (2014)	Se define cómo las organizaciones contribuyen al bienestar social y actúan como ciudadanos globales responsables, considerando los efectos de sus decisiones en las comunidades.
Issa et al. (2017)	“Se define como la gestión de los aspectos humanos y sociales que humanos y sociales que garanticen la equidad y apliquen las mejores prácticas de comunidades y hace hincapié en el desarrollo social a largo plazo, como promover la comunidad garantizar la igualdad y eliminar la pobreza” (p.153)
Wan et. al (2020)	Es el conjunto de prácticas y políticas implementadas por una empresa, negocio u organización que impactan directamente en el bienestar social de la comunidad y la equidad para todos.
Haddad et al. (2021)	“Se define como la relación entre el desarrollo y la calidad de vida de la población, influenciada por la dinámica demográfica, social y cultural del territorio” (p.1365).
Cano-Londoño et al. (2022)	“Se define como la contribución porcentual igual de las categorías normalizadas de trabajo humano, daños a la salud humana y calidad de vida” (p.9).

A partir de las diversas definiciones presentadas en la tabla anterior, se observa que el concepto de la dimensión social puede interpretarse de manera variada, aunque con un significado fundamentalmente similar. Esta investigación adoptará la conceptualización propuesta por Wan et. al (2020) definieron como el conjunto de prácticas y políticas implementadas por una empresa, negocio u organización que impactan directamente en el bienestar social de la comunidad y la equidad para todos. Por lo tanto, la dimensión social de la responsabilidad social empresarial está compuesta por bienestar social y equidad.

2.2.3.2.1 Bienestar social

El bienestar social se define como los ingresos suficientes para cubrir necesidades básicas, acceso a servicios de salud y educación, condiciones laborales justas, seguridad alimentaria, participación en la comunidad (Sachs, 2015). En el mismo sentido el bienestar social forma parte de los servicios destinados a los sectores más débiles y vulnerables de la comunidad, debido a dificultades sociales y económicas (Krishan, 2023).

2.2.3.2.2 Equidad

La equidad se define como aquella acción para garantizar un trato justo e imparcial para todas las personas, sin discriminación por posición, género, origen, u otras características y promover igualdad de oportunidades y justicia social, reduciendo desigualdades y evitando la exclusión, del mismo modo la equidad es la parte fundamental dentro de una organización, negocio o empresa a través de igualdad de oportunidades, así como una justicia igualitaria o inclusión social (Silva, 2020).

En la presente investigación, se empleó la dimensión social, la cual se basó en el estudio de Fatma et al. (2016) como referencia. Asimismo, se han adoptado los ítems propuestos por estos autores para evaluar dicha dimensión en el contexto específico de plantas queseras

dedicadas a la producción de queso fresco, elaborados por productores especializados en este sector, en el cual se usó una escala de Likert de 5 puntos. Así mismo, para esta investigación, se utilizaron nueve preguntas y una escala de Likert de 5 puntos. Los ítems utilizados en esta investigación fueron en comparación a la social, (ver tabla 6).

Tabla 6

Items de la dimensión social

Dimensión	Indicadores	Items
Social	Bienestar social	Considera que sus ingresos son suficientes para cubrir sus necesidades básicas y la de su familia
		A través de este negocio percibe usted que se ha mejorado la salud y educación en su familia
		Los trabajadores perciben que tienen condiciones laborables justas en su negocio
		Percibe que el queso producido y distribuido es inocuo para el consumo de la población (inocuidad)
		En su comunidad ha sido reconocido siempre por su participación en apoyo de la población
	Equidad	Considera que en su negocio existe un trato justo para todos sus trabajadores
		Todas las decisiones y acciones dentro del negocio, promueven la justicia social, reduciendo desigualdades y asegurando que nadie sea excluido o desfavorecido
		Promueve la igualdad de oportunidades al contratar personal en su negocio
		Ofrece oportunidades de capacitación a sus empleados

2.2.3.3 Ambiental.

La dimensión ambiental en la responsabilidad social empresarial muestra una relación importante de las actividades de una empresa involucrándose con el medio ambiente (Ling, 2019). de tal modo que, si no existe convivencia entre las dos partes, la organización podrá ser afectada por factores ambientales poniendo en alerta con los impactos que puedan generarse. (Nazri et al., 2020). Por lo tanto, se describen como el compromiso asumido por las empresas para proteger el medio ambiente y demostrar parámetros operacionales medibles que se encuentran dentro de los límites prescritos de cuidado ambiental (Úbeda et al., 2021).

La dimensión ambiental hace referencia a los aspectos relacionados con la minimización de los impactos, el ahorro energético, la protección del entorno natural y el medio ambiente (Vázquez & Hernández, 2013). Además, incluye el cuidado a las características definidas del medio natural, a fin de asegurar un desarrollo sostenible (Sosa et al., 2020).

Finalmente, la literatura evidencia que la dimensión ambiental de la RSE se relaciona de manera positiva con la innovación verde (Ning et al., 2017). Sin embargo, otros autores mencionaron que existe una relación negativa y luego una relación positiva con la innovación verde (Dahlsrud, 2008; Torugsa et al., 2013).

A continuación, en la Tabla 7 se muestra las definiciones de la dimensión ambiental definidas por distintos estudios en la literatura.

Tabla 7

Definiciones establecidas sobre la dimensión ambiental según autores y año

Autor	Definición
Brown et al. (1987)	Se enfoca en los procesos biológicos naturales, así como en la productividad y el funcionamiento constante de los ecosistemas, a largo plazo, esto implica la necesidad de proteger los recursos genéticos y

		conservar la diversidad biológica.
Renderos (2003)	Rivera	El desarrollo debe estar estrechamente vinculado al ambiente, considerando su estado actual y futuro, es crucial integrar estos aspectos en la planificación y ejecución de cualquier plan, ya sea local, regional o global.
Restuningdiah (2010)		Abarca todos los aspectos de la vida humana, así como las empresas que comunican sus esfuerzos ambientales, las cuales generan un impacto positivo en su rentabilidad y son más conscientes del entorno natural.
Vázquez y Hernández (2013)		Se refiere a un conjunto de acciones que las empresas realizan con el entorno natural, impactando en la protección del medio ambiente y la implementación de prácticas medioambientales sostenibles.
Rostamzadeh et al. (2018)		El riesgo potencial o real de impactos negativos en el medio ambiente o en los seres vivos debido al agotamiento de recursos, los desechos y las emisiones resultantes de las actividades de una organización.
Li et al. (2021)		Se define como un conjunto de prácticas de gestión que incorporan aspectos ambientales, con el objetivo de mejorar su desempeño ambiental.
Cano-Londoño et al. (2022)		“Se define como la contribución porcentual igual de las categorías estandarizadas de uso de recursos y carga ambiental” (p.9)
Mavisiun et al., (2024)		Se refiere a un sistema de sostenibilidad que debe mantener una base de recursos equilibrada, evitando la sobreexplotación de los recursos naturales y preservando las funciones de absorción del medio ambiente.

De las diferentes definiciones presentadas en la tabla anterior, se puede notar que el concepto de la dimensión ambiental puede entenderse de manera variada, aunque con un significado fundamentalmente similar. Esta investigación acogerá la conceptualización propuesta por Vázquez y Hernández (2013) quienes definieron como un conjunto de acciones que las empresas realizan con el entorno natural, impactando en la protección del medio ambiente y la implementación de prácticas medioambientales sostenibles. Por lo tanto, la dimensión ambiental

de la responsabilidad social empresarial está compuesta por protección ambiental y prácticas medioambientales.

2.2.3.3.1 *Protección ambiental*

La protección ambiental es aquella que implica adoptar medidas que minimicen su impacto ambiental, como la reducción de emisiones y la correcta gestión de residuos líquidos y sólidos. En tal sentido la protección ambiental es el conjunto de actividades directamente encaminadas a la prevención, reducción y eliminación de la contaminación o de cualquier otra degradación del del medio ambiente, causado por un individuo o una organización (Broniewicz, 2017).

2.2.3.3.2 *Prácticas medioambientales*

Las prácticas medioambientales se definen como un conjunto de acciones para reducir el impacto sobre el medio ambiente, el cual incluye el manejo correcto de residuos sólidos, líquidos, conservación del agua y control de calidad, además las prácticas medioambientales son aquellas acciones que buscan reducir el impacto ambiental negativo causado por actividades y procesos a través de cambios y mejoras en la organización y desarrollo de las actividades, así como el uso eficiente de recursos. (Rahul, 2015).

En la presente investigación, se empleó la dimensión ambiental, la cual se basó en el estudio de Fatma et al. (2016) como referencia. Asimismo, se han adoptado los ítems propuestos por estos autores para evaluar esta dimensión en el contexto específico de plantas queseras dedicadas a la producción de queso fresco, elaborados por productores especializados en este sector, en el cual se usó una escala de Likert de 5 puntos. Así mismo, para esta investigación, se utilizaron seis preguntas y una escala de Likert de 5 puntos. Los ítems utilizados en esta investigación fueron en comparación a la ambiental, (ver tabla 8).

Tabla 8*Item de la dimensión ambiental*

Dimensión	Indicadores	Items
Ambiental	Protección ambiental	Las prácticas implementadas durante el proceso de producción contribuyen a reducir las emisiones que genera la leña, gas u otros combustibles que contaminan al medio ambiente
		Ha implementado prácticas adecuadas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos (leche, suero y agua) durante la producción de queso fresco
		Realiza prácticas adecuadas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables durante la producción de queso fresco
	Prácticas medioambientales	Realiza el manejo adecuado de residuos sólidos y líquidos, incluyendo la reutilización de subproductos como el suero de leche y la correcta disposición de desechos orgánicos e inorgánicos
		Implementa acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas. (Conservación del Agua)
		Realiza procedimientos estrictos de control de calidad en cada etapa del proceso de producción, desde la recolección de la leche hasta el envasado del queso, para garantizar un producto seguro (Control de Calidad)

2.2.4 Innovación verde

Chen et al., (2006); Eiadat et al., (2008) conceptualizaron como el desarrollo de nuevas soluciones para que las empresas manufactureras deben implementar innovación verde para reducir los impactos y desarrollar prácticas empresariales de gestión ambiental. Así mismo, evitar el daño ambiental protegiendo el medio ambiente y permitiendo a las empresas satisfacer nuevas demandas de los consumidores, crear valor y aumentar los rendimientos (Albort-Morant et al., 2017). Además, las organizaciones y comunidades implementan innovación verde como una habilidad para proteger el ambiente y el crecimiento económico (Ortiz-Regalado & Guevara, 2024; Fliaster y Kolloch, 2017). Por lo tanto, la innovación verde, aporta valor al atender las inquietudes ambientales de la empresa y de los consumidores (Albort-Morant et al., 2017; Charmondusit et., 2016).

Las empresas necesitan comprender como sus estrategias de innovación verde pueden ayudar los problemas ambientales, esto puede llevar a que las empresas puedan comprender mejor los mecanismos para fomentar la innovación verde en sus organizaciones (Song & Yu, 2018). Del mismo modo la innovación verde ayuda a la sociedad, las organizaciones y las empresas a conseguir la sostenibilidad ambiental (Chu et al., 2019). Por lo tanto, la innovación verde es uno de los estímulos para que las empresas formen parte en la protección del medio ambiente de manera adecuada (Seman et al., 2019; Zhang et al., 2017). Así mismo, se conoce como una práctica ambiental, de procesos de gestión (Novitasari y Agustia, 2021; Ortiz-Regalado & Guevara, 2024). Finalmente, la innovación verde es un factor crucial para la viabilidad de las empresas, así como también de los países, puesto que la innovación verde aporta al desarrollo de nuevas ideas actitudes, productos y procesos (Skordulis et al., 2022).

Entre las definiciones antes mencionadas y otras definiciones, para aclarar la innovación verde se muestran otras definiciones en la tabla 10.

A continuación, en la Tabla 9 se muestra las definiciones de la innovación verde definidas por diferentes estudios en la literatura.

Tabla 9

Definiciones establecidas sobre la innovación verde según autores y año

Autor	Definición
Chen et al. (2006)	Se define como la mejora y el cuidado del medio ambiente por parte de las empresas, el ahorro de energía y la creación de tecnología.
Dangélico y Pujari (2010)	Es proteger y preservar el medio ambiente, así como también la conservación de energía y recursos naturales.
Ishak y Ahmad (2011)	“Se define como la práctica de innovación en la organización relacionada con el ahorro de energía, la prevención de la contaminación, el reciclaje de residuos y el diseño de productos verdes” (p. 7)
Aguilera-Caracuel (2013)	Avances tecnológicos y prácticos que tengan en cuenta con el medio ambiente, en los aspectos de procesos de fabricación y operaciones por parte de las empresas.
Albort-Morant et al. (2016)	Se define como desarrollos y renovaciones elaboradas para regular los vertidos, reducir la contaminación y economizar dinero.
Albort-Morant et al. (2017)	“Se define como un tipo de innovación cuyo principal objetivo es mitigar o evitar los daños medioambientales, protegiendo al mismo tiempo el medio ambiente y permitiendo a las empresas satisfacer las nuevas demandas de los consumidores” (p. 3)
Morocho et al. (2018)	“La innovación verde es una herramienta específica para lograr el desarrollo sostenible” (p. 109)
Grazzi (2019)	Se define como las estrategias y herramientas para mejorar la

	sostenibilidad ambiental, enfocándose en optimizar procesos tecnológicos y productivos con el fin de minimizar el impacto ambiental y fomentar prácticas más sostenibles.
Kraus (2020)	Es una estrategia de una organización para promover la sostenibilidad ambiental a través de iniciativas innovadoras.
Figueroa (2021)	“Está asociada a la creación de nuevos o mejorados productos, procesos y metodologías, que son fundamentales para una mejor calidad de vida en la transición hacia un ambiente más limpio” (p. 12)
Basana et al. (2022)	Disminución del riesgo de explotación ambiental y el impacto negativo causado en términos de recursos, incluida la energía
Yu et al. (2023)	Se define como el desempeño de innovación de tecnología para la protección y el cuidado del medio ambiente.

En efecto, la definición de la innovación verde para la presente investigación es la de Ishak y Ahmad (2011) quien definió la innovación verde como “La práctica de innovación en la organización relacionada con el ahorro de energía, la prevención de la contaminación, el reciclaje de residuos y el diseño de productos verdes” (p. 7).

Por otra parte, la innovación verde para esta investigación se compone por una sola dimensión bien definida la cual será utilizada en este estudio, a través de esta dimensión se puede proporcionar una evaluación detallada y específica (Dangelico & Pujari, 2010; Rennings, 2000). Por lo tanto, la dimensión a utilizar en esta investigación es el desempeño ambiental.

2.2.4.1 Desempeño ambiental.

El desempeño ambiental examina las diversas huellas ecológicas generadas por las actividades industriales (Ortiz-Regalado et al., 2024; Seman et al., 2019; Zhang et al., 2020). Del mismo modo, la evaluación ambiental permite medir el desempeño de la innovación verde y las diversas estrategias ecológicas (Costantini & Mazzanti, 2012). En años recientes, la literatura

académica ha profundizado tanto en la exploración teórica como experimental sobre el desempeño en relación con los desafíos ecológicos y la responsabilidad empresarial (Cai & Li, 2018; Chen et al., 2006; Ortiz-Regalado et al., 2024; Yuan & Cao, 2022). Así mismo, desde una perspectiva diferente, la investigación empírica sostiene que existe una correlación entre la innovación verde y el desempeño ambiental (Quiroz Carvajal, 2023).

Por otra parte, el desempeño ambiental puede mejorarse al abordar las causas que provocan un uso inadecuado de la tecnología y bajos rendimientos productivos, mediante alternativas correctivas y preventivas adecuadas, esto permitirá un mejor aprovechamiento de la materia prima, insumos y energía, lo que contribuirá a aumentar la competitividad de la empresa (Hoof et al., 2018; Ortiz-Regalado et al., 2024). Así mismo, el monitoreo de los problemas ambientales de una empresa debe centrarse más en la gestión de sus recursos que en los aspectos técnicos, adoptando una visión integrada que considere los factores económicos, sociales y ambientales que influyen en las actividades productivas (Acuña et al., 2017). Finalmente, esto destaca que las empresas deben tener y/o usar, equipos y métodos de fabricación que consideren el impacto ambiental para prevenir y corregir daños al entorno (Mantulak & Hernández Pérez, 2023). Entre las definiciones antes mencionadas y otras definiciones, para aclarar el desempeño ambiental se muestran otras definiciones en la tabla 11.

A continuación, en la tabla 10 se muestran las definiciones del desempeño ambiental definidas por diferentes estudios en la literatura.

Tabla 10

Definiciones establecidas sobre el desempeño ambiental según autores y año

Autor	Definición
Levinsohn y Petrin (2003)	Se define como la cantidad de energía que una empresa consume (es decir, el gasto energético sobre la producción total).
Vasquez y Whiting (2004)	“Se como la estimación de los compuestos orgánicos volátiles (COV) y las emisiones totales de la planta y de varios índices de riesgo medioambiental” (p.316).
Coussesns (2007)	Se define como la reducción de la contaminación o del uso de recursos, ya sea agua o energía.
Nawrocka y Parker (2009)	Se define como una visión general del uso de indicadores de rendimiento operativo que evalúan el uso de recursos, la eliminación de residuos emisiones o consumo de agua.
Ninlawan et al. (2010)	Se refiere a la capacidad de disminuir sustancias y emisiones, lo que contribuye a minimizar los impactos negativos en el medio ambiente generados por las empresas.
Wood (2012)	Se define como los esfuerzos acumulados de una empresa para reducir el impacto medioambiental negativo de sus operaciones.
Diab et al. (2015)	Se define como la habilidad de la organización para mejorar la eficiencia de recursos y gestionar adecuadamente los residuos, así como disminuir el consumo de materiales peligrosos y tóxicos, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental de sus operaciones.
Dubey et al. (2015)	Es la relación entre la organización y su entorno, considerando el consumo de recursos y los impactos de sus procesos, productos y servicios, la gestión de residuos y el cumplimiento de normativas ambientales, su enfoque es minimizar los efectos negativos en el entorno natural.
Asif et al., (2018)	“Se define como la capacidad de las plantas de fabricación para reducir las emisiones atmosféricas, los residuos de desbordamiento y los

	residuos sólidos. Lo que a su vez conduce a su capacidad para disminuir el consumo de materiales nocivos y tóxicos, disminuir los accidentes medioambientales y mejora de la situación medioambiental de la organización” (p.49)
Yun et al. (2019)	Se define como las medidas adoptadas para limitar el daño o mejorar el entorno natural. Las mediciones incluyen emisiones de CO2, vertido de residuos, reciclado, etc.
Laguir et al. (2021)	Se refiere a la reducción del impacto ambiental mediante la disminución del consumo de materiales, la generación de residuos y el uso de energía.
Anucha y Anaweokhai (2023)	Se refiere a los resultados que una organización logra al disminuir los residuos y la contaminación, así como al mejorar la eficiencia en el uso de materiales.
David et al., (2024)	Es la capacidad de una empresa para disminuir la contaminación, reducir los residuos sólidos, minimizar el uso de materiales peligrosos y bajar la frecuencia de incidentes ambientales.

Dada las definiciones en la tabla anterior, el concepto de desempeño ambiental puede entenderse de diferentes formas, pero con un significado similar, de tal manera que para esta investigación se considera la conceptualización de Diab et al. (2015) quien definen como la habilidad de la organización para mejorar la eficiencia de recursos y gestionar adecuadamente los residuos, así como disminuir el consumo de materiales peligrosos y tóxicos, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental de sus operaciones.

2.2.4.1.1 Gestión de residuos

De acuerdo al estudio planteado por (Kalamdhad et al., 2016), gestión de residuos son aquellas acciones que se realiza para reducir los desechos líquidos generados en los procesos productivos, minimizando su impacto ambiental, esto incluye la reutilización o reciclaje de

residuos, para evitar la contaminación; por su parte (Janmaimool et al., 2024), hace énfasis a los esfuerzos por reducir los residuos (reducir), reciclar los residuos que se viertan en el entorno.

2.2.4.1.2 Eficiencia de recursos

Consiste en optimizar el uso de recursos como agua y electricidad, así como la reutilización de materiales y fomentar energías renovables. Esto promueve una producción sostenible y rentable, del mismo modo la eficiencia de recursos es el uso eficiente hídrico, materias o energía a lo largo del ciclo de vida de un producto o proceso (Bunting et al., 2006).

Por otro parte, el desempeño ambiental de la innovación verde se mide en escalas tipo Likert cinco puntos, donde uno se asignó totalmente en desacuerdo, dos en desacuerdo, tres neutral, cuatro de acuerdo y cinco representando totalmente de acuerdo. Según Sekaran y Bougie (2016) la escala de cinco puntos es la más apropiada para comprender las opiniones de los encuestados en la investigación cuantitativa. En consecuencia, dicha escala nos ayuda a reducir el resentimiento de los encuestados y aumenta la originalidad de los datos de la investigación (Ogiemwonyi et al., 2023).

Además, se adoptaron los ítems desarrollados por autores Yusr et al. (2020) como referencia. Por lo tanto, se utilizaron seis preguntas con una escala de Likert de 5 puntos (ver tabla 11).

Tabla 11

Ítems de la variable dependiente innovación verde

Variable dependiente	Indicadores	Items
Innovación Verde	Gestión de residuos	Usted realiza acciones que evite el desecho de suero y otros residuos líquidos que contaminen el medio ambiente

Eficiencia de recursos	Los desechos líquidos (suero y agua) generados durante el proceso de producción son reutilizados o tratados para minimizar la contaminación
	Gestiona correctamente los residuos sólidos como plásticos, evitando que se acumulen en el entorno natural
	Reduce el consumo de agua y electricidad en la producción de queso fresco
	Promueve la reutilización de materiales de envases de plástico en el proceso de producción de queso fresco
	Usa energías renovables en el proceso de elaboración del queso fresco

2.2.5 Responsabilidad social empresarial e innovación verde.

La responsabilidad social empresarial es el compromiso de una organización que recae en sus propietarios, y mientras tenga la capacidad de usar sus recursos de manera eficiente, podrá ofrecer a la comunidad productos y servicios de calidad y fomentar la inversión, la producción y el empleo (Ron & Santiago, 2024). Así mismo estas actividades se realizan de forma voluntaria y orientadas a integrar las exigencias económicas, ambientales y sociales (Carrión-Bósquez et al., 2024; Ortiz et al., 2018). Con el fin de aumentar la conciencia social y ambiental, muchas empresas han incorporado en su planificación estratégica compromisos de responsabilidad social, enfocados en mejorar su imagen respecto a la preservación ambiental y el apoyo comunitario frente a sus clientes externos (Ortiz-Regalado & Guevara, 2024; Saltos & Velázquez, 2019). Esto impulsa a las empresas a ir más allá de sus propios intereses, beneficiando también a su entorno, para que estas actividades sean sostenibles, deben asumir su responsabilidad social, generando un valor participativo con un espíritu emprendedor compartido

(España-Merchán, 2023). Mientras que la innovación verde surge como una estrategia para que las empresas sigan generando beneficios sociales y económicos, al mismo tiempo que reducen los riesgos ambientales y minimizan los impactos negativos en el entorno (Carrión-Bósquez et al., 2024; Chen et al., 2006; Guoyou et al., 2013; Ortiz-Regalado et al., 2024; Xie et al., 2019). En este sentido, se estima que la innovación verde promueve y mejora la eficiencia operativa, ya que reduce el consumo de recursos, minimiza los residuos, disminuye la contaminación, protege el medio ambiente, impulsa el desarrollo tecnológico y fortalece la imagen empresarial (Xie et al., 2019; Xie et al., 2015).

La responsabilidad social empresarial y la innovación verde desempeñan un rol cada vez más importante en el ramo empresarial (Pan et al., 2021). Dado que las organizaciones deben adaptarse para realizar actividades socialmente responsables, también deben orientar sus objetivos hacia aspectos ambientales, como la innovación verde (Vasilescu et al., 2010). Así mismo la (RSE) exige, de manera obligatoria, la implementación de estrategias de innovación verde para que las organizaciones logren beneficios y, al mismo tiempo, promuevan la conciencia ambiental, esto subraya la importancia y la necesidad de estudiar e integrar estos conceptos de forma conjunta en las organizaciones (Severo et al., 2018). Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial (RSE) y la innovación verde van de la mano, con cada concepto actuando como mediador del otro, su estudio y aplicación conjunta ofrecen beneficios como impactos positivos en la industria y la sociedad, así como la reducción de contaminantes, adopción de mejores prácticas en economía, sociedad y medio ambiente (Jiménez et al., 2018).

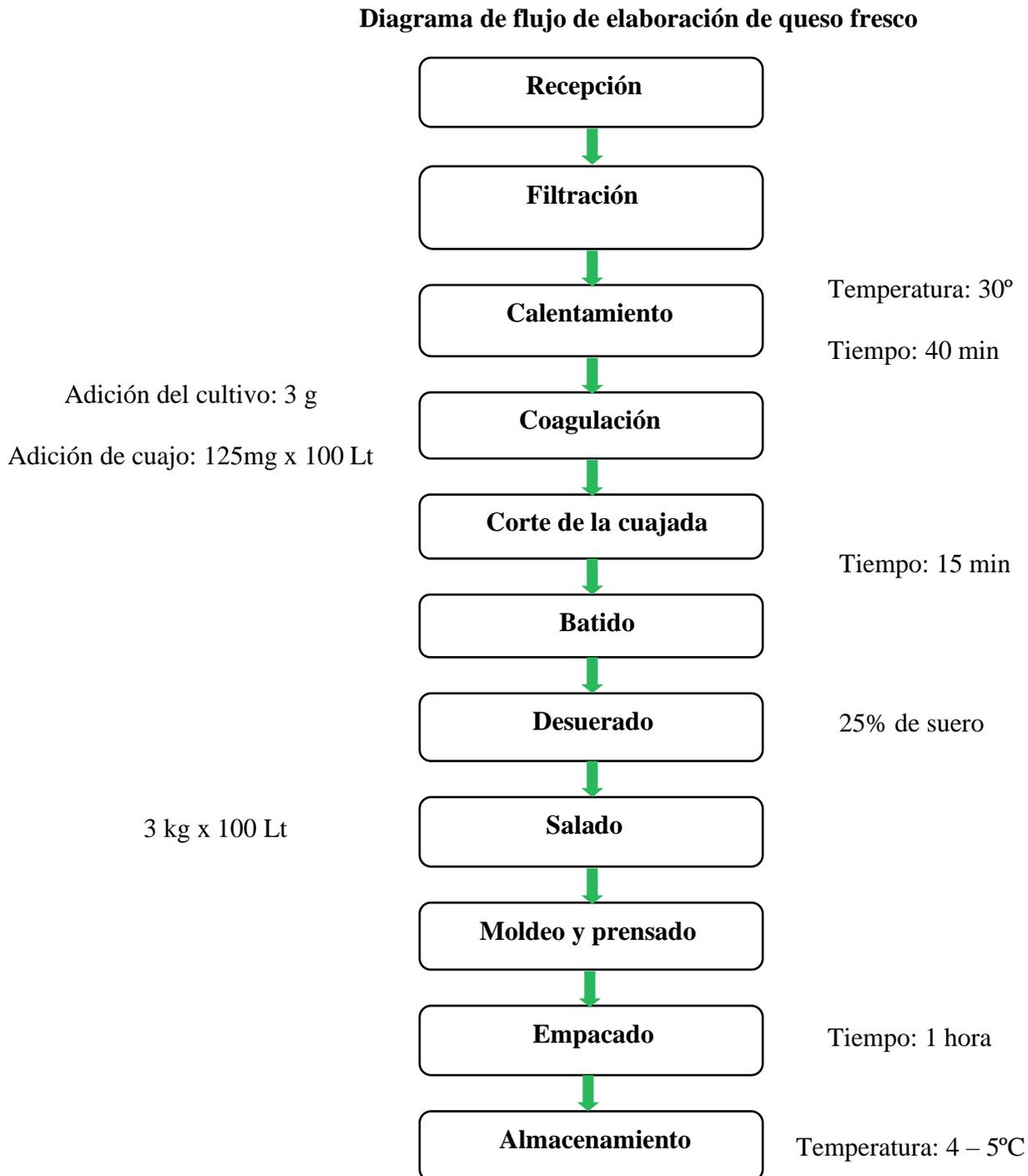
Nuestros estudios han demostrado una correlación positiva entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y la innovación verde (Kraus et al., 2020; Le 2022; Novitasari & Tarigan 2022; Wan et al., 2023; Mo et al., 2022; Javeed et al., 2022; Ruan et al., 2022; Hang et al., 2022;

Nureen et al., 2023). Contradictoriamente estos resultados, Mithani, (2017); Gallego-Álvarez et al. (2011) han encontrado que la relación entre la responsabilidad social empresarial sobre la innovación es negativa.

En el contexto del mercado competitivo y la globalización actual, la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en una práctica esencial para las empresas debido a sus repercusiones sobre diversos actores, como las autoridades y la sociedad, por esta razón, la RSE está emergiendo como un atributo cada vez más necesario y, en muchos casos, indispensable (Carroll, 2009). Por otro lado, la innovación está ganando creciente importancia en la investigación y en la industria, ya que se basa en las capacidades tecnológicas disponibles para resolver problemas (Jänicke, 2008). Sin embargo, esta modernización requiere tener en cuenta no solo aspectos tecnológicos, sino también factores ambientales que puedan servir como indicadores, estos elementos deben ser considerados por las organizaciones o individuos innovadores, guiándolos hacia la innovación verde como herramienta emergente en la solución de problemáticas (Jänicke, 2008; Pansera, 2019).

2.2.6 Plantas queseras

Según la Fao (1990); Pardo (2023) Una planta quesera es un lugar o instalación dedicado al procesamiento de productos lácteos, especialmente leche, con el propósito de producir queso. En estas instalaciones se realizan diferentes fases del proceso de fabricación, como la pasteurización, el cuajado, el desuerado, el moldeado, la maduración y el envasado del queso. Además, deben cumplir con rigurosas normativas sanitarias para asegurar la calidad y seguridad del producto final. Ureña Espaillat et al. (2013) mencionan que, el queso fresco es el producto elaborado a partir de la leche higienizada, sin madurar, que después de su fabricación está listo para el consumo.

Figura 1 Diagrama de flujo de elaboración del queso fresco

2.3 Hipótesis de la investigación

2.3.1 *Hipótesis general*

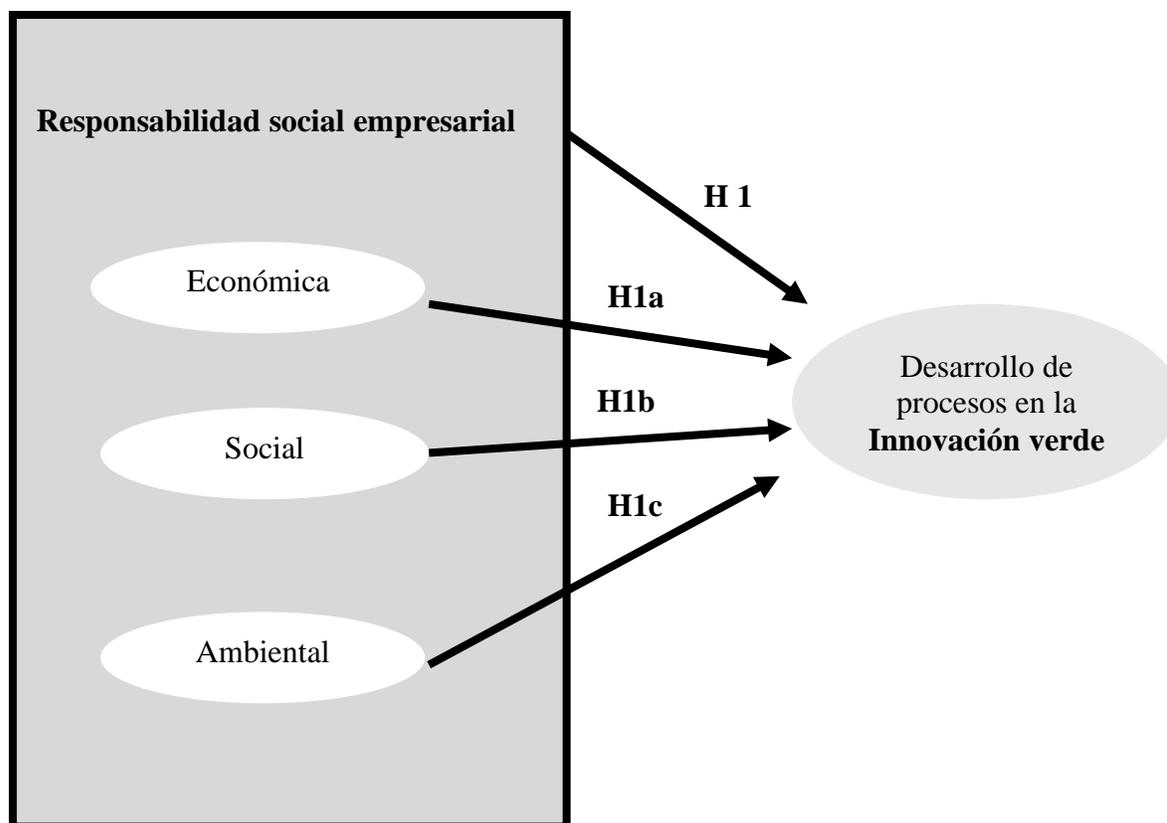
La responsabilidad social empresarial se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

2.3.2 *Hipótesis específicas*

- La dimensión económica se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024
- La dimensión social se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024
- La dimensión ambiental se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

2.3.3 Modelo Conceptual

Figura 2 Modelo de investigación



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Ubicación Geográfica de la Investigación

El presente estudio se consideró a los productores de queso del Distrito de Bambamarca, Provincia de Hualgayoc – Región Cajamarca.

El distrito de Bambamarca se encuentra en la provincia de Hualgayoc, departamento de Cajamarca. Limita al norte con el distrito de Chalamarca, al este limita con los distritos de Huasmín y Miguel Iglesias, al sur con el distrito de la Encañada, y por el oeste con el distrito de Hualgayoc, al noreste con el distrito de la Paccha y al noroeste limita con el distrito de Chota. Así mismo tiene una: Altitud: 2532 msnm, Latitud: 6°40'44" y Longitud: 78°31'27"

Figura 3 *Ubicación geográfica de la zona de estudio*



Fuente: Adaptado de Google Heart.

3.2 Unidad de análisis, población y muestra

3.2.1 Unidad de análisis

La unidad de análisis está presentada por los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, para determinar su relación de la Responsabilidad Social Empresarial con el desarrollo procesos en la Innovación Verde en la elaboración de queso fresco.

3.2.2 Población

La población identificada estuvo representada por los 210 productores de queso fresco pertenecientes al distrito de Bambamarca, de tal modo que se realizó una muestra especialmente en siete centros poblados.

3.2.3 Muestra

En la investigación sobre responsabilidad social empresarial con la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, se ha establecido criterios de selección de una muestra rigurosa para de tal modo garantizar resultados confiables y representativos.

Para ello se utilizó el muestreo probabilístico al azar (Hernández et al., 2024) eligiendo a un total de 66 productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, (ver tabla 12)

Tabla 12

Lista de productores de queso fresco

Lugar	Productores
Quengorrio	12
La Hualanga	9
El Tambo	15
La Colpa	8
Marcolaguna	5
Llaucan	10
El Romero	7
Total	66

3.3 Materiales

- Materiales audiovisuales: Videos de YouTube y celular.
- Materiales de escritorio: lapiceros, papel bond, regla, tijeras, cuadernos, carpeta, fólder, tablero, engrampador, corrector, resaltador, lápiz, calculadora y grampas.
- Materiales informáticos: laptop, cámara, teléfono, memoria USB, programas de SPSS, JASP 0.17.1.0., paquete de Microsoft Office 365, internet, Base de datos de Web of Science, Scopus, Alicia, Google Académico y Scielo.

3.4 Metodología

La investigación sigue un enfoque cuantitativo, caracterizado por ser secuencial y probatorio, según Hernández et al. (2014). Este enfoque implica un proceso riguroso que avanza paso a paso: comienza con una idea que se delimita progresivamente, derivando en objetivos, preguntas de investigación, revisión de literatura, y construcción de un marco teórico. A partir de las preguntas, se formulan hipótesis y se identifican variables, diseñando un plan para probarlas. Luego, se miden las variables en un contexto específico, se analizan los datos mediante métodos estadísticos, y se extraen conclusiones sobre las hipótesis planteadas.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, alcance correlacional entre la responsabilidad social empresarial con la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca. Se utilizó el muestreo aleatorio simple. Además, para la contrastación de hipótesis se utilizó el método Kolmogórov – Smirnov para determinar la normalidad de los datos y el estadístico de Rho Spearman para las pruebas de las hipótesis.

A continuación, en la Tabla 13 la presente investigación consideró los siguientes criterios:

Tabla 13*Tipificación de la investigación según los criterios más importantes*

Criterios	Tipo de investigación
Tipos de investigación	Básica
Enfoque	Cuantitativo
Alcance	Correlacional
Diseño de investigación	No experimental de tipo transversal
Método	Hipotético deductivo
Muestreo	Probabilístico al azar
Marco muestral	Base de datos Municipalidad Provincial de Hualgayoc - Bambamarca
Fuente de datos	Dueños de plantas queseras
Validez y confiabilidad	Alfa de Cronbach y validación de expertos
Técnicas	Encuestas
Instrumentos	Cuestionarios
Softwares utilizados	SPSS FOR Windows V 28

El análisis se realizó mediante la estadística inferencial, “para probar hipótesis y estimar parámetros” (Hernández et al. 2014, p. 229). Se obtuvo un p-valor $< 0,05$, lo cual indica utilizar pruebas no paramétricas, ya que los datos provienen de una distribución no normal, y para comprobar la relación de las hipótesis se aplicó el estadístico de Rho Spearman, porque la muestra de la investigación es mayor a 50.

A continuación, en la Tabla 14 se muestra la distribución de normalidad para tomar decisiones de cual estadístico utilizar para las correlaciones

Tabla 14

Cuadro comparativo de análisis Paramétricos y no Paramétricos (Hernández et al., 2014)

Distribución de normalidad	
Paramétricas ($p > 0.05$)	No paramétricas ($p < 0.05$).
T de Student para muestras independientes	U Mann Whitney.
T de Student p/muestras pareadas	T de Wilcoxon.
Correlación de Pearson	Correlación de Spearman.
ANOVA	KrusKall Wallis.
ANCOVA	Chi cuadrado.
	Mc. Nemar

Nota: representación del procedimiento de desarrollo de las pruebas de normalidad para la presente investigación. Adaptado Hernández et al. (2014).

Por otra parte, en la Tabla 15 se muestran las reglas de interpretación de correlación de Rho de Spearman propuestos por Hernández et al. (2022) para la contrastación de hipótesis.

Tabla 15*Reglas de interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman*

Rho	Grado de relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

La relación puede ser directa (+) o inversa (-)

Fuente: Hernández et al. (2014). *Manual de Metodología de la investigación*.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo de procesos en la Innovación Verde en los Productores de queso fresco del Distrito de Bambamarca, 2023-2024.

4.1 Datos Generales

4.1.1 *Características demográficas de las unidades de análisis*

A continuación se muestran las características demográficas de los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca referentes a las variables edad, sexo, lugar de procedencia, y ocupación principal de los productores de queso fresco.

a. Edad de los productores de queso fresco

En el ámbito de estudio, la tabla presenta la distribución por rangos de edad de los productores de queso fresco en distintos centros poblados. Los datos revelan que la mayoría de los productores se encuentra en el rango de 42 a 54 años (63.6%) principalmente en los centros poblados de El Romero (71.4), Quengorrio y La Hualanga (66.7%), seguido del rango de 29 a 41 años (31.8%) mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (40.0%) y La Colpa 37.5%, y un menor porcentaje pertenece al rango de 55 a 67 años (4.5%) exclusivamente en los centros poblados de El Romero (14.3%) y Llaucan (10.0%), ver tabla 16. Esto es similar al estudio previo de Llamoctanta Huamán (2024), donde menciona que la mayoría representando el 77% de productores de queso fresco tienen entre 36 y 50 años.

Tabla 16*Edad de los productores de queso fresco en cada centro poblado*

Edad de los productores de queso fresco				
Centros poblados	29 – 41 años	42 – 54 años	55 – 67 años	Total
Quengorrio	33.3%	66.7%		100.0%
La Hualanga	33.3%	66.7%		100.0%
El Tambo	33.3%	60.0%	6.7%	100.0%
La Colpa	37.5%	62.5%		100.0%
Marcolaguna	40.0%	60.0%		100.0%
Llaucan	30.0%	60.0%	10.0%	100.0%
El Romero	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%
Total	31.8%	63.6%	4.5%	100.0%

b. Sexo de los productores de queso fresco

En el contexto de estudio. La tabla presenta la distribución porcentual del sexo de los productores de queso fresco en diferentes centros poblados. Se observa una predominancia masculina en la actividad, representando el 74.2% principalmente en los C.P. de Quengorrio, Marcolaguna (100.0%) y (Llaucan 90.0%), mientras que las mujeres constituyen el 25.8% del total. Principalmente en los C.P. de La Hualanga (66.7%) y La Colpa (50.0%), ver tabla 17. Sin embargo, la participación femenina, aunque minoritaria, varía significativamente entre los centros poblados, lo que indica una posible influencia de dinámicas locales específicas. Esto es similar a la investigación previa de Llamoctanta Huamán (2024), donde menciona que la mayoría representando el 77% de productores de queso fresco son hombres y el 23% son mujeres.

Tabla 17*Sexo de los productores de queso fresco en cada centro poblado*

Centros poblados	Sexo de productores		Total
	Hombre	Mujer	
Quengorrio	100.0%		100.0%
La Hualanga	33.3%	66.7%	100.0%
El Tambo	73.3%	26.7%	100.0%
La Colpa	50.0%	50.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%	100.0%
El Romero	71.4%	28.6%	100.0%
Total	74.2%	25.8%	100.0%

c. Lugar de los productores de queso fresco

En la tabla se muestra, los centros poblados con mayor representación de productores de queso, los cuales son El Tambo (22.7%), Quengorrio (18.2%) y Llaucan (15.2%). Estos tres lugares concentran más de la mitad de los productores encuestados (56.1%). Por otro lado, los centros poblados con menor representación son Marcolaguna (7.6%) y El Romero (10.6%), ver tabla 18.

Tabla 18*Lugar de los productores de queso fresco*

Lugar	Productores	%
Quengorrio	12	18.2
La Hualanga	9	13.6
El Tambo	15	22.7
La Colpa	8	12.1
Marcolaguna	5	7.6
Llaucan	10	15.2
El Romero	7	10.6
Total	66	100.0

d. Ocupación principal de los productores

En el ámbito de estudio, se observa que la mayoría de los productores se identifican como trabajadores independientes (87.9%) mayormente en los centros poblados de La Colpa y El Romero (100.0%), seguidos por una minoría que se dedica a la agricultura (7.6%) principalmente en los centros poblados de Marcolaguna (20.0%) y La Hualanga (11.1%) y en última instancia la ganadería representando el (4.5%) mayormente en los centros poblados de Quengorrio (8.3) y El Tambo (13.3%), ver tabla 19.

Tabla 19*Ocupación principal de los productores de queso fresco*

Centros poblados	Agricultor	Trabajador independiente	Ganadero	Total
Quengorrio	8.3%	83.3%	8.3%	100.0%
La Hualanga	11.1%	88.9%		100.0%
El Tambo	6.7%	80.0%	13.3%	100.0%
La Colpa		100.0%		100.0%
Marcolaguna	20.0%	80.0%		100.0%
Llaucan	10.0%	90.0%		100.0%
El Romero		100.0%		100.0%
Total	7.6%	87.9%	4.5%	100.0%

e. Año de inicio de su negocio de queso fresco

En el ámbito de estudio. Se muestra el año de inicio de los negocios de queso fresco en diversos centros poblados, agrupados en tres periodos: 1990-2000, 2001-2011, y 2012-2022. De manera general, se observa que el mayor porcentaje de negocios se inició en el periodo 2001-2011 (43.9%) principalmente en los C.P. de Marcolaguna (60.0%) y El Romero (57.1%), seguido por el periodo más reciente, 2012-2022 (39.4%) mayormente en los C.P. de Quengorrio (66.7%), La Colpa y Llaucan (50.0%), y en menor proporción el periodo 1990-2000 (16.7%) exclusivamente en los C.P. de El Tambo (33.3%) y La Hualanga (22.2%), ver tabla 20. Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Ortiz-Regalado y Medina-Miranda (2023) indicando que el 35.7% tienen entre 10 a 15 años de funcionamiento.

Tabla 20*Año de inicio de su negocio de queso fresco*

Centros poblados	Año de inicio de su negocio de queso fresco			Total
	1990 – 2000	2001 - 2011	2012 - 2022	
Quengorrio		33.3%	66.7%	100.0%
La Hualanga	22.2%	55.6%	22.2%	100.0%
El Tambo	33.3%	46.7%	20.0%	100.0%
La Colpa	12.5%	37.5%	50.0%	100.0%
Marcolaguna		60.0%	40.0%	100.0%
Llaucan	20.0%	30.0%	50.0%	100.0%
El Romero	14.3%	57.1%	28.6%	100.0%
Total	16.7%	43.9%	39.4%	100.0%

4.2 Análisis de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Los resultados se muestran tomando en cuenta las dimensiones de la responsabilidad social empresarial; económica, social y ambiental.

4.2.1 Datos de la dimensión económica

Recursos necesarios para mantenerse activo en el negocio de queso fresco

En el contexto de investigación, el 80.3% de los productores de queso fresco sostiene que cuenta con recursos económicos fundamentales, predominando en los núcleos de población de El Romero (100%), La Hualanga (88.9%) y La Colpa (87.5%). Sin embargo, el 19.7% señala que estos recursos no están disponibles, especialmente en Marcolaguna (40.0%) y Quengorrio (33.3%), ver tabla 21. Estos hallazgos evidencian una visión predominantemente favorable acerca de la disponibilidad de recursos para la sostenibilidad empresarial, en consonancia con Ortiz-Regalado y Medina-Miranda (2023), quienes subrayan la relevancia de estos recursos en la sostenibilidad de las empresas de lácteos.

Tabla 21*Recursos necesarios para el negocio, según centro poblado*

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	66.7%	33.3%	100.0%
La Hualanga	88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	80.0%	20.0%	100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%	100.0%
Llaucan	80.0%	20.0%	100.0%
El Romero	100.0		100.0%
	%		
Total	80.3%	19.7%	100.0%

Perspectivas del ingreso que se genera en el negocio de queso fresco

En el ámbito de estudio, el 51.5% de los productores considera que sus ingresos se han mantenido estables mayormente en los centros poblados de El Romero (85.7%), Marcolaguna (80.0%) y La Colpa (62.5%). Mientras que el 34.8% percibe un aumento principalmente en los centros poblados de Llaucan (50.0%), La Colpa (37.5%) y La Hualanga (55.6%), y solo el 13.6% reporta una disminución en los centros poblados de Quengorrio (33.3%), El Tambo y Llaucan con el (20.0%), ver tabla 22. Estos datos reflejan una tendencia predominante hacia la estabilidad en los ingresos, aunque una proporción significativa de productores también experimenta crecimiento económico.

Tabla 22

Perspectiva del ingreso que genera su negocio de queso fresco según centro poblado

Centros poblados	Aumentado	Disminuido	Mantiene	Total
Quengorrio	25.0%	33.3%	41.7%	100.0%
La Hualanga	55.6%		44.4%	100.0%
El Tambo	33.3%	20.0%	46.7%	100.0%
La Colpa	37.5%		62.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%		80.0%	100.0%
Llaucan	50.0%	20.0%	30.0%	100.0%
El Romero	14.3%		85.7%	100.0%
Total	34.8%	13.6%	51.5%	100.0%

Reinversión de las ganancias en el negocio

En el ámbito de estudio, el 93.9% de los productores de queso fresco reporta que reinvierte las ganancias generadas por su negocio mayormente en los centros poblados de La Hualanga, La colpa, Marco laguna y El Romero, representando el (100.0%), mientras que solo el 6.1% de los centros poblados no lo hace los cuales son Quengorrio (8.3%), El Tambo (13.3%) y Llaucan (10.0%), ver tabla 23. Esto evidencia una alta tendencia a la reinversión, lo cual es un indicador positivo de sostenibilidad y crecimiento económico en la mayoría de los centros poblados estudiados. Estos resultados son consistentes con estudios previos que ha realizado el Ministerio de Planificación y Desarrollo (2022), que destacan la reinversión como un pilar fundamental para el crecimiento de las plantas queseras.

Tabla 23*Reinversión de ganancias que genera su negocio de queso fresco por centro poblado*

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	91.7%	8.3%	100.0%
La Hualanga	100.0%		100.0%
El Tambo	86.7%	13.3%	100.0%
La Colpa	100.0%		100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%	100.0%
El Romero	100.0%		100.0%
Total	93.9%	6.1%	100.0%

Reinversión en soles en su planta quesera en el último año

En el contexto de estudio, la mayoría de los productores de queso fresco realizaron reinversiones dentro del rango más bajo (100 – 1417 soles), representando un 81.8% del total principalmente en los centros poblados de Marcolaguna y Llaucan (100.0%). Los rangos intermedios (1418 – 2738 soles y 2739 – 4053 soles) tuvieron una representación menor (4.5% y 7.6%, respectivamente). Los rangos más altos (4054 – 5371 soles y 6690 – 8007 soles) fueron los menos frecuentes, con 1.5% y 4.5%, respectivamente, (ver tabla 24), reflejando diferencias significativas en la capacidad de reinversión entre los productores de queso fresco.

Tabla 24

Reinversión en soles en su planta quesera en el último año en cada centro poblado

Centros poblados	100 – 1417 S/.	1418 – 2738 S/.	2736 – 4053 S/.	4054 – 5371 S/.	690 – 8007 S/.	Total
Quengorrio	91.7%				8.3%	100.0%
La Hualanga	66.7%	11.1%	11.1%		11.1%	100.0%
El Tambo	60.0%	13.3%	13.3%	6.7%	6.7%	100.0%
La Colpa	87.5%		12.5%			100.0%
Marcolaguna	100.0%					100.0%
Llaucan	100.0%					100.0%
El Romero	85.7%		14.3%			100.0%
Total	81.8%	4.5%	7.6%	1.5%	4.5%	100.0%

Ingreso semanal en soles que genera su negocio de queso fresco

En el ámbito de estudio, el rango de ingresos más representado corresponde a 1959 – 3267 soles, con un 56.1% del total de productores de queso fresco ubicados en este intervalo principalmente en los centros poblados de La Colpa (62.5%), El Tambo y Marcolaguna (60.0%). El segundo rango más frecuente es 3268 – 4576 soles (21.2%), mayormente en los centros poblados de Marcolaguna y Llaucan (40.0%) mientras que los rangos más bajos (650 – 1958 soles) y más altos (4577 – 5885 soles, 5886 – 7193 soles, y 7195 – 8503 soles) tienen una menor representación (7.6%, 6.1%, 4.5%, y 4.5%, respectivamente), ver tabla 25. El cual permite identificar variaciones en la capacidad económica de los productores.

Tabla 25

Ingreso semanal en soles que genera su negocio de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	650 – 1958 S/.	1959 – 3267 S/.	3268 – 4576 S/.	4577 – 5885 S/.	5886 – 7193 S/.	7195 – 8503 S/.	Total
Quengorrio	8.3%	58.3%	8.3%	16.7%	8.3%		100.0%
La Hualanga	11.1%	55.6%	11.1%		11.1%	11.1%	100.0%
El Tambo	6.7%	60.0%	13.3%		6.7%	13.3%	100.0%
La Colpa		62.5%	25.0%	12.5%			100.0%
Marcolaguna		60.0%	40.0%				100.0%
Llaucan	20.0%	40.0%	40.0%				100.0%
El Romero		57.1%	28.6%	14.3%			100.0%
Total	7.6%	56.1%	21.2%	6.1%	4.5%	4.5%	100.0%

Gasto en insumos semanalmente para el proceso de queso fresco

En el ámbito de estudio, el rango de gasto más representado corresponde a 1768 – 3035 soles, abarcando el 56.1% del total de productores de queso fresco mayormente en los centros poblados de La Colpa (75.0%) y La Hualanga (66.7%). Le sigue el rango de 3036 – 4303 soles con un 18.2% principalmente en los centros poblados de Marcolaguna y Llaucan (40.0%), mientras que el rango más bajo entre (500 – 1767 soles) tienen una representación de (15.2%) y los más altos (4304 – 8107 soles) tienen menor representación, con (4.5%, 3.0%, y 3.0%), ver tabla 26. Esto indica que la mayoría de los productores incurre en costos intermedios, lo cual refleja una relativa uniformidad en los gastos operativos esenciales.

Tabla 26

Gasto en soles en insumos semanalmente para el proceso de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	500 – 1767 S/.	1768 – 3035 S/.	3036 – 4303 S/.	4304 – 5571 S/.	5572 – 6839 S/.	6840 – 8107 S/.	Total
Quengorrio	8.3%	58.3%	16.7%	16.7%			100.0%
La Hualanga	11.1%	66.7%			11.1%	11.1%	100.0%
El Tambo	26.7%	46.7%	6.7%	6.7%	6.7%	6.7%	100.0%
La Colpa	12.5%	75.0%	12.5%				100.0%
Marcolaguna		60.0%	40.0%				100.0%
Llaucan	20.0%	40.0%	40.0%				100.0%
El Romero	14.3%	57.1%	28.6%				100.0%
Total	15.2%	56.1%	18.2%	4.5%	3.0%	3.0%	100.0%

Registro de gastos semanales del queso fresco

En el área de estudio, el 90.9% de los productores de queso fresco reporta llevar un registro de los gastos de producción principalmente en los centros poblados de La Hualanga, La Colpa, Llaucan y El Romero con el (100.0%), mientras que el 9.1% no lo hace exclusivamente en los centros poblados de Quengorrio (16.7%), El Tambo y Marcolaguna con el (20.0%), ver tabla 27. Este resultado indica que la mayoría de los productores reconoce la importancia de llevar un registro de los gastos como una herramienta clave para la toma de decisiones y la sostenibilidad económica de sus negocios.

Tabla 27*Registro de costos de producción del queso fresco por cada centro poblado*

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	83.3%	16.7%	100.0%
La Hualanga	100.0%		100.0%
El Tambo	80.0%	20.0%	100.0%
La Colpa	100.0%		100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	100.0%		100.0%
El Romero	100.0%		100.0%
Total	90.9%	9.1%	100.0%

El negocio de queso fresco le permite cubrir sus necesidades básicas de su familia

En el contexto de esta investigación, el 80.3% de los productores considera que su negocio de queso fresco les permite cubrir las necesidades básicas de sus familias principalmente en los centros poblados de La Hualanga (88.9%), La Colpa (87.5%) y El Tambo (86.7%), mientras que el 19.7% opina lo contrario mayormente en los centros poblados de Llaucan (30.0%), El Romero (28.6%) y Quengorrio (25.0%), ver tabla 28. Esto indica que, aunque la mayoría encuentra en su actividad una fuente de ingresos suficiente para su sustento, existe un porcentaje significativo que enfrenta dificultades económicas.

Tabla 28

Le permite cubrir sus necesidades básicas de su familia su negocio de queso fresco por cada centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	86.7%	13.3%	100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	71.4%	28.6%	100.0%
Total	80.3%	19.7%	100.0%

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la dimensión económica en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca.

a. Sostenibilidad económica

Es la capacidad de un negocio para generar ingresos suficientes que cubran sus costos, permitan la reinversión y aseguren un crecimiento sostenible a largo plazo. (Di Vaio et al., 2022). Del mismo modo, la sostenibilidad económica es aquella empresa para mantener su existencia y continuidad a lo largo del tiempo, asegurando la continuidad del negocio, teniendo así un buen estado económico (Singh et al., 2016).

- Capacidad de continuar su negocio de queso fresco y crecer en el tiempo

El estudio revela que la mayoría de los productores de queso fresco (71.2%) está de acuerdo en que su negocio tiene la capacidad de continuar y crecer en el tiempo. Un (10.6%) manifiesta estar totalmente de acuerdo, mientras que el (18.2%) expresa estar en desacuerdo. Esto indica que, aunque predominan las percepciones positivas, existe una proporción

significativa de productores con incertidumbre o falta de confianza en la sostenibilidad del negocio de queso fresco, (Ver tabla 29).

Tabla 29

Capacidad de continuar su negocio de queso fresco y crecer en el tiempo, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	33.3%	58.3%	8.3%	100.0%
La Hualanga	11.1%	77.8%	11.1%	100.0%
El Tambo	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
La Colpa	12.5%	87.5%		100.0%
Marcolaguna	20.0%	80.0%		100.0%
Llaucan	10.0%	80.0%	10.0%	100.0%
El Romero	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%
Total	18.2%	71.2%	10.6%	100.0%

- **Los ingresos de su negocio le permiten reinvertir en mejora o expansión**

El estudio indica una amplia mayoría de los productores 86.4% está de acuerdo en que los ingresos de su negocio les permiten reinvertir, mientras que un 9.1% está totalmente de acuerdo. Solo un 4.5% manifiesta desacuerdo en alguna medida 1.5% totalmente en desacuerdo y 3.0% en desacuerdo), (ver tabla 30).

Tabla 30

los ingresos de su negocio le permiten reinvertir en mejora o expansión, según centro poblado

Centros poblados	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio		8.3%	83.3%	8.3%	100.0%
La Hualanga			88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	6.7%	6.7%	80.0%	6.7%	100.0%
La Colpa			100.0%		100.0%
Marcolaguna			80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan			80.0%	20.0%	100.0%
El Romero			100.0%		100.0%
Total	1.5%	3.0%	86.4%	9.1%	100.0%

- Los ingresos de su negocio le permiten cubrir todos los costos de producción

El estudio revela el 77.3% de los productores de queso fresco está de acuerdo en que sus ingresos permiten cubrir los costos de producción, y un 16.7% está totalmente de acuerdo, lo que indica una percepción mayoritariamente positiva. Sin embargo, un 4.5% está en desacuerdo, y un 1.5% se encuentra en una posición neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), (ver tabla 31). Esto refleja que, aunque la mayoría considera que sus ingresos son suficientes para cubrir costos, existe una minoría que enfrenta dificultades o incertidumbre en este aspecto.

Tabla 31

Los ingresos de su negocio le permiten cubrir todos los costos de producción, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	8.3%	8.3%	75.0%	8.3%	100.0%
La Hualanga	11.1%		77.8%	11.1%	100.0%
El Tambo	6.7%		73.3%	20.0%	100.0%
La Colpa			62.5%	37.5%	100.0%
Marcolaguna			60.0%	40.0%	100.0%
Llaucan			90.0%	10.0%	100.0%
El Romero			100.0%		100.0%
Total	4.5%	1.5%	77.3%	16.7%	100.0%

- Su negocio le genera ingresos suficientes para mantener un nivel de vida adecuado

En el ámbito de estudio, la mayoría de los productores de queso fresco (68.2%) está de acuerdo en que sus ingresos son suficientes para mantener un nivel de vida adecuado. Un 12.1% está totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción positiva, aunque no categórica. Sin embargo, un 19.7% de los encuestados está en desacuerdo, indicando que cerca de una quinta parte de los productores considera que sus ingresos no son suficientes para garantizar un nivel de vida adecuado (ver tabla 32).

Tabla 32

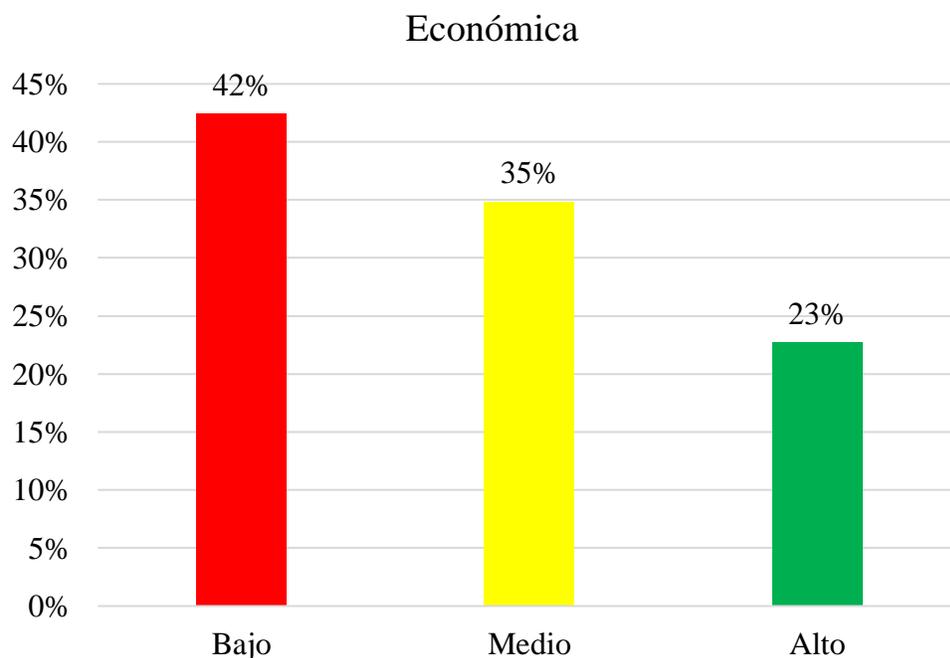
Su negocio le genera ingresos suficientes para mantener un nivel de vida adecuado, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	41.7%	41.7%	16.7%	100.0%
La Hualanga	11.1%	88.9%		100.0%
El Tambo	20.0%	53.3%	26.7%	100.0%
La Colpa	12.5%	87.5%		100.0%
Marcolaguna	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	90.0%		100.0%
El Romero	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%
Total	19.7%	68.2%	12.1%	100.0%

En la figura 4, se observa los niveles de conocimiento de los productores de queso del distrito de Bambamarca, donde el 42% del total (28 productores) tiene un nivel bajo, mientras el 35 % (23 productores) posee un nivel medio, así mismo el nivel alto es el menos frecuente, con solo un 23% (15 productores). Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Diaz Muñoz y Llamo Mejía (2018), donde indica que la mayoría de los productores se encuentran en condiciones económicas limitadas, mientras que una minoría logra alcanzar niveles económicos altos.

Figura 4

Nivel de conocimiento de los productores de queso fresco



4.2.2 Datos de la dimensión social

- Satisfacción a través de los ingresos que genera su negocio de queso fresco

En el contexto de este estudio, el 80.3% de los productores de queso fresco manifiestan estar satisfechos con los ingresos generados por sus negocios mayormente en los centros poblado de La Hualanga (88.9%), El Romero (85.7%), El Tambo y Marcolaguna (80.0%), mientras que el 19.7% se declara insatisfecho principalmente en los centros poblados de Llaucan (30.0%) y Quengorrio (25.0%), ver tabla 33. Esto sugiere que la mayoría de los productores perciben sus actividades como económicamente satisfactorias, aunque existe una proporción significativa que enfrenta desafíos financieros que limitan su satisfacción.

Tabla 33

Satisfacción a través de los ingresos que genera su negocio de queso fresco por cada centro poblado

Centros poblados	Satisfecho	Insatisfecho	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	80.0%	20.0%	100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	85.7%	14.3%	100.0%
Total	80.3%	19.7%	100.0%

- **Cantidad en soles que gasta semanalmente en necesidades básicas para su familia**

En el ámbito de estudio, el rango de gasto más frecuente es 576 – 1051 soles, que representa el 59.1% del total de los productores de queso fresco encuestados principalmente en los centros poblados de Llaucan (100.0%) y La Colpa (62.5%). Este rango se asocia con un nivel intermedio de consumo básico. Le sigue el rango más bajo (100 – 575 soles) con un 22.7% mayormente en los centros poblados de Quengorrio (50.0%) y El Romero (28.6%), y el rango entre 1052 – 1527 soles con un 16.7% exclusivamente en el centro poblado La Hualanga (44.4%). Solo un 1.5% de los encuestados reporta gastos en el rango más alto (1528 – 2003 soles) principalmente en el centro poblado de La Colpa (12.5%), ver tabla 34, lo que sugiere que la mayoría de las familias tienen patrones de gasto moderados en necesidades básicas.

Tabla 34

Cantidad en soles que gasta semanalmente en necesidades básicas para su familia en cada centro poblado

Centros poblados	100 – 575 S/.	576 – 1051 S/.	1052 – 1527 S/.	1528 – 2003 S/.	Total
Quengorrio	50.0%	50.0%			100.0%
La Hualanga	11.1%	44.4%	44.4%		100.0%
El Tambo	26.7%	53.3%	20.0%		100.0%
La Colpa	25.0%	62.5%		12.5%	100.0%
Marcolaguna		60.0%	40.0%		100.0%
Llaucan		100.0%			100.0%
El Romero	28.6%	42.9%	28.6%		100.0%
Total	22.7%	59.1%	16.7%	1.5%	100.0%

- Otras fuentes de ingreso

En el ámbito de estudio, las actividades complementarias más comunes entre los productores de queso fresco son la agricultura (39.4%) mayormente en los centros poblados de El Tambo y Llaucan (50.0%) y la ganadería (34.8%) principalmente en los centros poblados de Llaucan (50.0%) y El Romero (42.9%). La artesanía (12.1%) exclusivamente en los centros poblados de El Romero (28.6%) y Quengorrio (16.7%) y otras ocupaciones (13.6%) principalmente en los centros poblados de La Colpa (25.0%) y La Hualanga (22.2%) representan una proporción menor de las fuentes de ingreso, (ver tabla 35). Esto indica que la mayoría de los productores diversifican sus actividades económicas en sectores vinculados a los recursos naturales y el entorno rural.

Tabla 35*Otras fuentes de ingreso por cada centro poblado*

Centros poblados	Ganadero	Agricultor	Artesano	Otro	Total
Quengorrio	41.7%	33.3%	16.7%	8.3%	100.0%
La Hualanga	22.2%	44.4%	11.1%	22.2%	100.0%
El Tambo	33.3%	40.0%	13.3%	13.3%	100.0%
La Colpa	12.5%	50.0%	12.5%	25.0%	100.0%
Marcolaguna	40.0%	40.0%		20.0%	100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%			100.0%
El Romero	42.9%	14.3%	28.6%	14.3%	100.0%
Total	34.8%	39.4%	12.1%	13.6%	100.0%

- Situación económica antes de iniciar con su negocio de queso fresco

En el ámbito de estudio, la mayoría de los productores calificaron su situación económica previa como Regular (59.1%) exclusivamente en los centros poblados de Quengorrio (75.0%) y El Romero (71.4%), seguida de Mala (34.8%) principalmente en los centros poblados de La Hualanga (55.6%), Marcolaguna y Llaucan (40.0%). Solo un pequeño porcentaje percibió su situación como Buena (4.5%) mayormente en los centros poblados de El Romero (14.3%) y La Hualanga (11.1%), o Muy mala (1.5%) principalmente en el centro poblado de el Tambo (6.7%), ver tabla 36. Esto sugiere que, en términos generales, los productores enfrentaban condiciones económicas desfavorables antes de emprender en la producción de queso fresco, lo que pudo haber motivado la búsqueda de alternativas económicas como esta actividad.

Tabla 36

Situación económica antes de iniciar con su negocio de queso fresco por centros poblados

Centros poblados	Buena	Regular	Mala	Muy mala	Total
Quengorrio		75.0%	25.0%		100.0%
La Hualanga	11.1%	33.3%	55.6%		100.0%
El Tambo	6.7%	53.3%	33.3%	6.7%	100.0%
La Colpa		62.5%	37.5%		100.0%
Marcolaguna		60.0%	40.0%		100.0%
Llaucan		60.0%	40.0%		100.0%
El Romero	14.3%	71.4%	14.3%		100.0%
Total	4.5%	59.1%	34.8%	1.5%	100.0%

- **Calidad de vida desde que inicio con su negocio de queso fresco**

En el ámbito de estudio, la mayoría de los productores (57.6%) perciben que su calidad de vida ha mejorado (Poco) desde que iniciaron su negocio de queso fresco principalmente en los centros poblados de La Colpa (87.5%) y Quengorrio (66.7%), mientras que un 28.8% reporta una mejora significativa (Mucho) mayormente en los centros poblados de Llaucan (50.0%) y La Hualanga (44.4%). Solo el 13.6% considera que su calidad de vida se ha mantenido (Igual) principalmente en los centros poblados de El Romero (28.6%) y Marcolaguna (20.0%), ver tabla 37. Esto sugiere que, aunque la actividad de producción de queso fresco ha tenido un impacto positivo en la mayoría de los casos, este impacto ha sido mayormente moderado.

Tabla 37

Calidad de vida desde que inicio con su negocio de queso fresco por cada centro poblado

Centros poblados	Mucho	Poco	Igual	Total
Quengorrio	16.7%	66.7%	16.7%	100.0%
La Hualanga	44.4%	33.3%	22.2%	100.0%
El Tambo	26.7%	60.0%	13.3%	100.0%
La Colpa	12.5%	87.5%		100.0%
Marcolaguna	40.0%	40.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%		100.0%
El Romero	14.3%	57.1%	28.6%	100.0%
Total	28.8%	57.6%	13.6%	100.0%

- **Salario a su trabajador(es) que realizan en su planta quesera**

En el contexto de estudio, el 72.7% de los empleadores, dueños de sus plantas queseras paga a sus trabajadores entre 15 y 25 soles diarios mayormente en los centros poblados de Quengorrio (91.7%), Marcolaguna (80.0%) y La Hualanga (77.8%), mientras que el 27.3% les paga entre 26 y 30 soles principalmente en los centros poblados de La Colpa (50.0%), El Tambo (33.3%) y Llaucan (30.0%), ver tabla 38. Esto sugiere que la mayoría de los trabajadores en estas plantas queseras recibe una remuneración en el rango más bajo, lo que podría estar relacionado con las limitaciones económicas de los productores o con las condiciones laborales propias de las zonas rurales.

Tabla 38

Salario a su trabajador(es) que realizan en su planta quesera en cada centro poblado

Centros poblados	15 – 25 S/.	26 – 30 S/.	Total
Quengorrio	91.7%	8.3%	100.0%
La Hualanga	77.8%	22.2%	100.0%
El Tambo	66.7%	33.3%	100.0%
La Colpa	50.0%	50.0%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	71.4%	28.6%	100.0%
Total	72.7%	27.3%	100.0%

- Perspectiva de salarios que ofrece a su trabajador

En el ámbito de estudio, el 43.9% de los encuestados indicó que (No) ofrecen salarios a sus trabajadores mayormente en los centros poblados de La Colpa (62.5%) y Quengorrio (58.3%), lo que constituye la proporción más alta. El 25.8% señaló que (Rara vez) ofrecen salarios principalmente en los centros poblados de Marcolaguna y Llaucan (40.0%), mientras que el 13.6% lo hace (A veces) exclusivamente en los centros poblados de El Tambo (26.7%) y Marcolaguna (20.0%). Solo el 16.7% indicó que (Siempre) ofrece salarios principalmente en los lugares de La Hualanga (33.3%) y El Romero (28.6%) ver tabla 39. Esto evidencia una baja formalización en las relaciones laborales en la producción de queso fresco en los centros poblados estudiados.

Tabla 39*Perspectiva de salarios que ofrece a su trabajador por cada centro poblado*

Centros poblados	No	Rara vez	A veces	Siempre	Total
Quengorrio	58.3%	16.7%	16.7%	8.3%	100.0%
La Hualanga	33.3%	22.2%	11.1%	33.3%	100.0%
El Tambo	40.0%	20.0%	26.7%	13.3%	100.0%
La Colpa	62.5%	25.0%		12.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	40.0%	20.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	40.0%	40.0%	10.0%	10.0%	100.0%
El Romero	42.9%	28.6%		28.6%	100.0%
Total	43.9%	25.8%	13.6%	16.7%	100.0%

- **Realización de control de calidad**

En el estudio realizado, el 83.3% de los productores indicó que (Siempre) realizan controles de calidad en la producción de queso fresco mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (100.0%), La Hualanga (88.9%), Quengorrio y La Colpa (75.0%), mientras que el 16.7% lo hace (A veces) principalmente en los centros poblados de Quengorrio y La Colpa (25.0%), ver tabla 40. Esto refleja un compromiso mayoritario de los productores con la calidad de sus productos, aunque aún existe una proporción que realiza esta práctica de manera ocasional.

Tabla 40*Realización de control de calidad por cada centro poblado*

Centros poblados	Siempre	A veces	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	80.0%	20.0%	100.0%
La Colpa	75.0%	25.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%	100.0%
El Romero	85.7%	14.3%	100.0%
Total	83.3%	16.7%	100.0%

- **Utilización de herramienta o equipos que contaminen menos la producción de queso fresco**

En la investigación realizada, el 71.2% de los productores indicó que (siempre utiliza) herramientas o equipos menos contaminantes principalmente en los centros poblados de Llaucan (90.0%) y La Hualanga (88.9%), el 21.2% lo hace (a veces) principalmente en los centros poblados de La Colpa (50.0%) y El Romero (28.6%), y un 7.6% afirmó que (no utiliza) este tipo de equipos mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (20.0%) y Quengorrio (16.7%), ver tabla 41. Estos datos reflejan un esfuerzo mayoritario por parte de los productores para adoptar prácticas más sostenibles, aunque persiste un porcentaje reducido que aún no incorpora dichas herramientas.

Tabla 41

Utilización de herramienta o equipos que contaminen menos la producción de queso fresco por cada centro poblado

Centros poblados	Siempre utilizo	A veces utilizo	No utilizo	Total
Quengorrio	58.3%	25.0%	16.7%	100.0%
La Hualanga	88.9%		11.1%	100.0%
El Tambo	66.7%	26.7%	6.7%	100.0%
La Colpa	50.0%	50.0%		100.0%
Marcolaguna	80.0%		20.0%	100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%		100.0%
El Romero	71.4%	28.6%		100.0%
Total	71.2%	21.2%	7.6%	100.0%

- Participación en organizaciones

En el ámbito de estudio, el 47.7% de los productores reportaron que participan en organizaciones mayormente en los centros poblados de El Romero (57.1%), La Hualanga (55.6%) y Llaucan (50.0%), mientras que el 52.3% indicó que no lo hacen principalmente en los centros poblados de Marcolaguna (60.0%), Quengorrio (58.3) y La Colpa (57.1%), ver tabla 42. Esto refleja que, aunque existe una proporción significativa de productores involucrados en organizaciones, la mayoría aún no forma parte de estas.

Tabla 42*Participación en organizaciones por cada centro poblado*

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	41.7%	58.3%	100.0%
La Hualanga	55.6%	44.4%	100.0%
El Tambo	46.7%	53.3%	100.0%
La Colpa	42.9%	57.1%	100.0%
Marcolaguna	40.0%	60.0%	100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%	100.0%
El Romero	57.1%	42.9%	100.0%
Total	47.7%	52.3%	100.0%

- **Nivel de participación de productores en organizaciones sociales**

En el ámbito de estudio, el nivel de participación (regular) es predominante, con el 50.0% de los productores en esta categoría mayormente en los centros poblados de Quengorrio (80.0%), El Tambo (71.4%) y La Colpa (66.7%). El nivel de participación (baja) representa el 36.7% principalmente en los centros poblados de Llaucan (60.0%), La Hualanga, Marcolaguna y El Romero (50.0%), mientras que solo el 13.3% de los productores reportaron un nivel de participación (alto) principalmente en los centros poblados de La Hualanga y El Romero (25.0%), ver tabla 43. Esto sugiere que la mayoría de los productores tienen una implicación moderada en las actividades de las organizaciones sociales, aunque existe una proporción significativa con poca o nula participación activa.

Tabla 43*Nivel de participación de productores de queso fresco en organizaciones sociales*

Centros poblados	Alto	Regular	Baja	Total
Quengorrio		80.0%	20.0%	100.0%
La Hualanga	25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
El Tambo	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%
La Colpa		66.7%	33.3%	100.0%
Marcolaguna		50.0%	50.0%	100.0%
Llaucan	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
El Romero	25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
Total	13.3%	50.0%	36.7%	100.0%

- **Organizaciones sociales**

En el contexto de estudio, las bases de rondas campesinas son las organizaciones sociales predominantes, representando el 78.8% de las existentes en los centros poblados analizados principalmente en El Tambo (93.3%) y La Hualanga (88.9%). Le siguen el programa Juntos (13.6%) principalmente en los centros poblados de Quengorrio (25.0%), Marcolaguna y Llaucan (20.0%), Pensión 65 (4.5%) exclusivamente en el centro poblado de La Colpa (25%) y, en menor medida, el programa Vaso de Leche (3.0%) principalmente en el centro poblado de La Hualanga (11.1%), ver tabla 44. Esto evidencia que las bases de rondas son una estructura social central en las comunidades rurales, mientras que los programas sociales del Estado tienen una presencia más limitada.

Tabla 44*Organizaciones sociales que existen por cada centro poblado*

Centros poblados	Base de rondas	Programa juntos	Vaso de leche	Pensión 65	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%			100.0%
La Hualanga	88.9%		11.1%		100.0%
El Tambo	93.3%	6.7%			100.0%
La Colpa	62.5%	12.5%		25.0%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%			100.0%
Llaucan	60.0%	20.0%	10.0%	10.0%	100.0%
El Romero	85.7%	14.3%			100.0%
Total	78.8%	13.6%	3.0%	4.5%	100.0%

- **Atención hacia sus trabajadores de su planta quesera**

En el ámbito de estudio, el 97.0% de los productores de queso fresco indican que prestan atención a sus trabajadores en sus plantas queseras principalmente en los centros poblados de Quengorrio, La Hualanga, El Tambo, Marcolaguna y Llaucan (100.0%), mientras que solo un 3.0% afirma no hacerlo mayormente en los centros poblados de El Romero (14.3%) y La Colpa (12.5%), ver tabla 45. Este alto nivel de atención refleja un compromiso significativo con el bienestar laboral, aunque se observan ligeras variaciones entre los centros poblados.

Tabla 45

Atención hacia sus trabajadores que pertenecen a su planta quesera por centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	100.0%		100.0%
La Hualanga	100.0%		100.0%
El Tambo	100.0%		100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	100.0%		100.0%
El Romero	85.7%	14.3%	100.0%
Total	97.0%	3.0%	100.0%

- Trato hacia sus trabajadores en su negocio de queso fresco

En el contexto de estudio, el 100.0% de los productores de queso fresco en todos los centros poblados estudiados reporta que el trato hacia sus trabajadores es adecuado (ver tabla 46). Esto refleja un consenso unánime sobre la importancia de mantener relaciones laborales basadas en el respeto y la equidad. Este resultado coincide con las ideas de Freeman (1984) en su teoría de los stakeholders, la cual resalta que los empleados son un grupo de interés crítico para la sostenibilidad de cualquier negocio.

Tabla 46*Trato hacia sus trabajadores en su negocio de queso fresco por centro poblado*

Centros poblados	Si	Total
Quengorrio	100.0%	100.0%
La Hualanga	100.0%	100.0%
El Tambo	100.0%	100.0%
La Colpa	100.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%	100.0%
Llaucan	100.0%	100.0%
El Romero	100.0%	100.0%
Total	100.0%	100.0%

- **Considera igualdad de género al contratar algún personal en su negocio**

En el contexto de estudio, el 74.2% de los productores de queso fresco manifiesta considerar la igualdad de género al contratar personal mayormente en los centros poblados Marcolaguna (100.0%), Llaucan (80.0%) y La Hualanga (77.8%), mientras que el 25.8% no lo hace principalmente en los centros poblados El Romero (42.9%), El Tambo (33.3%), Quengorrio y La Colpa (25.0%), ver tabla 47. Esto sugiere que, aunque existe una tendencia mayoritaria hacia la inclusión de criterios de igualdad de género, aún persisten prácticas que podrían limitar el acceso equitativo al empleo para hombres y mujeres en este sector.

Tabla 47

Considera igualdad de género al contratar algún personal para su negocio de queso fresco

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	77.8%	22.2%	100.0%
El Tambo	66.7%	33.3%	100.0%
La Colpa	75.0%	25.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	80.0%	20.0%	100.0%
El Romero	57.1%	42.9%	100.0%
Total	74.2%	25.8%	100.0%

- Modalidad de capacitaciones que realiza en su negocio de queso fresco

En el ámbito de estudio, el 62.1% de los productores realiza capacitaciones solo internas exclusivamente en los centros poblados de La Colpa, (87.5%), Quengorrio (75.0%) y el Romero (71.4%), mientras que 36.4% implementa ambas modalidades (internas y externas) principalmente en El Tambo (53.3%), Llaucan (50.0%) y Marcolaguna (40.0%), y 1.5% no realiza ninguna capacitación mayormente en La Hualanga (11.1%), ver tabla 48. Este panorama refleja una tendencia predominante hacia el aprendizaje dentro del mismo entorno del negocio, lo que podría implicar que los productores valoran la capacitación interna, posiblemente por la facilidad de acceso y la adecuación a las necesidades específicas del negocio. Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Ttito Ccama (2024), el cual menciona que en mayor cantidad se realiza capacitaciones en el proceso de queso para obtener un mejor producto.

Tabla 48

Modalidad de capacitaciones que realiza en su negocio de queso fresco por cada centro poblado

Centros poblados	Solo interna	Ambas	Ninguna	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%		100.0%
La Hualanga	55.6%	33.3%	11.1%	100.0%
El Tambo	46.7%	53.3%		100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%		100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%		100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%		100.0%
El Romero	71.4%	28.6%		100.0%
Total	62.1%	36.4%	1.5%	100.0%

- **Frecuencia de capacitación a su trabajador(es)**

En este ámbito de estudio, los resultados muestran que la mayoría de los productores capacitan a sus trabajadores rara vez (53.0%) principalmente en los C.P de El Romero (71.4%) y Llaucan (60.0%) o a veces (28.8%) mayormente en los C.P de La Colpa (50.0%) y Marcolaguna (40.0%), lo que indica que las capacitaciones no son una práctica constante, sino que se realizan en intervalos poco frecuentes. Solo un pequeño porcentaje de productores (3.0%) realiza capacitaciones siempre, mientras que otro 3.0% nunca capacita a sus trabajadores (ver tabla 49). Este patrón refleja una tendencia a la capacitación esporádica, lo cual podría estar relacionado con limitaciones de recursos, tiempo o la percepción de que las capacitaciones no son una necesidad urgente para el funcionamiento del negocio.

Tabla 49*Frecuencia de capacitación a su trabajador(es) por cada centro poblado*

Centros poblados	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuentemente	Siempre	Total
Quengorrio	8.3%	50.0%	33.3%	8.3%		100.0%
La Hualanga	11.1%	55.6%	11.1%	11.1%	11.1%	100.0%
El Tambo		46.7%	33.3%	13.3%	6.7%	100.0%
La Colpa		50.0%	50.0%			100.0%
Marcolaguna		40.0%	40.0%	20.0%		100.0%
Llaucan		60.0%	20.0%	20.0%		100.0%
El Romero		71.4%	14.3%	14.3%		100.0%
Total	3.0%	53.0%	28.8%	12.1%	3.0%	100.0%

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la dimensión social en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca.

a. Bienestar social

Son los ingresos suficientes para cubrir necesidades básicas, acceso a servicios de salud y educación, condiciones laborales justas, seguridad alimentaria, participación en la comunidad (Sachs, 2015). En el mismo sentido el bienestar social forma parte de los servicios destinados a los sectores más débiles y vulnerables de la comunidad, debido a dificultades sociales y económicas (Krishan, 2023; Samaniego-Arias et al., 2025).

- Los ingresos que genera son suficientes para cubrir sus necesidades básicas de su familia

El estudio indica, el 66.7% de los productores de queso fresco encuestados está de acuerdo en que sus ingresos son suficientes para cubrir las necesidades básicas de sus familias. Un 9.1% está totalmente de acuerdo, consolidando una percepción mayoritariamente positiva.

Sin embargo, un 22.7% de los productores está en desacuerdo, indicando que casi una cuarta parte enfrenta dificultades para satisfacer estas necesidades. Solo un 1.5% se posiciona en una categoría neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), (ver tabla 50).

Tabla 50

Los ingresos que genera son suficientes para cubrir sus necesidades básicas de su familia

Centros poblados	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	33.3%		58.3%	8.3%	100.0%
La Hualanga	11.1%		77.8%	11.1%	100.0%
El Tambo	40.0%	6.7%	40.0%	13.3%	100.0%
La Colpa	12.5%		87.5%		100.0%
Marcolaguna	20.0%		60.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	10.0%		90.0%		100.0%
El Romero	14.3%		71.4%	14.3%	100.0%
Total	22.7%	1.5%	66.7%	9.1%	100.0%

- Percepción de mejora en salud y educación en su familia a través de su negocio

El estudio revela, el 78.8% de los productores de queso fresco encuestados está de acuerdo en que su negocio ha mejorado las condiciones de salud y educación de su familia, mientras que un 12.1% está totalmente de acuerdo, consolidando una percepción predominantemente positiva. Sin embargo, un 9.1% de los productores está en desacuerdo, indicando que existe una minoría que no percibe tales beneficios, (ver tabla 52).

Tabla 51

Percepción de mejora en salud y educación en su familia a través de su negocio, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	16.7%	75.0%	8.3%	100.0%
La Hualanga	11.1%	66.7%	22.2%	100.0%
El Tambo	6.7%	80.0%	13.3%	100.0%
La Colpa		100.0%		100.0%
Marcolaguna	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
Llaucan		80.0%	20.0%	100.0%
El Romero	14.3%	85.7%		100.0%
Total	9.1%	78.8%	12.1%	100.0%

- Trabajadores perciben que tienen condiciones laborales justas en su negocio

En el ámbito de estudio, el (95.5%) de los encuestados está de acuerdo en que las condiciones laborales en sus negocios son justas. Un (3.0%) no tiene una posición definida (Ni de acuerdo ni en desacuerdo), mientras que solo un (1.5%) está en desacuerdo, (ver tabla 52). Estos resultados sugieren que, en general, existe una percepción positiva sobre las condiciones laborales en la mayoría de los centros poblados.

Tabla 52

Trabajadores perciben que tienen condiciones laborales justas en su negocio

Centros poblados	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Total
Quengorrio			100.0%	100.0%
La Hualanga			100.0%	100.0%
El Tambo	6.7%	13.3%	80.0%	100.0%
La Colpa			100.0%	100.0%
Marcolaguna			100.0%	100.0%
Llaucan			100.0%	100.0%
El Romero			100.0%	100.0%
Total	1.5%	3.0%	95.5%	100.0%

- **Sus trabajadores perciben que tienen condiciones laborales justas en su negocio**

El estudio revela, el (51.5%) de sus trabajadores está totalmente de acuerdo en que sus condiciones laborales son justas, mientras que el 48.5% está de acuerdo. Estos resultados indican una percepción altamente positiva en todos los centros poblados, con más de la mitad de los productores de queso fresco encuestados en una posición de plena satisfacción respecto a las condiciones laborales por parte de sus trabajadores, (ver tabla 53)

Tabla 53

Trabajadores perciben que tienen condiciones laborales justas en su negocio, según centro poblado

Centros poblados	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	55.6%	44.4%	100.0%
El Tambo	60.0%	40.0%	100.0%
La Colpa	37.5%	62.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	80.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	90.0%	100.0%
El Romero	57.1%	42.9%	100.0%
Total	48.5%	51.5%	100.0%

- **Reconocimiento en su comunidad por su participación en apoyo de la población**

El estudio indica que el 71.2% de los productores de queso fresco está de acuerdo en que reciben reconocimiento por su apoyo a la comunidad, mientras que solo el 4.5% está totalmente de acuerdo. Un 24.2% manifiesta estar en desacuerdo, lo que refleja una percepción mayoritariamente positiva, aunque con áreas de mejora en términos de reconocimiento pleno por parte de sus comunidades o centro poblado, (ver tabla 54).

Tabla 54

Reconocimiento en su comunidad por su participación en apoyo de la población, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	33.3%	66.7%		100.0%
La Hualanga	33.3%	55.6%	11.1%	100.0%
El Tambo	13.3%	80.0%	6.7%	100.0%
La Colpa	12.5%	87.5%		100.0%
Marcolaguna	40.0%	60.0%		100.0%
Llaucan	20.0%	70.0%	10.0%	100.0%
El Romero	28.6%	71.4%		100.0%
Total	24.2%	71.2%	4.5%	100.0%

b. Equidad

Garantizar un trato justo e imparcial para todas las personas, sin discriminación por posición, género, origen, u otras características y promover igualdad de oportunidades y justicia social, reduciendo desigualdades y evitando la exclusión, del mismo modo la equidad es la parte fundamental dentro de una organización, negocio o empresa a través de igualdad de oportunidades, así como una justicia igualitaria o inclusión social (Silva, 2020).

- Trato justo hacia sus trabajadores

En el ámbito de estudio el (87.9%) de los encuestados considera que el trato hacia sus trabajadores es justo, con (3.0%) en desacuerdo. Sin embargo, el (7.6%) está totalmente de acuerdo, (ver tabla 55). Estos resultados indican que la mayoría de los productores de queso fresco perciben que sus prácticas laborales son justas, aunque la proporción de quienes se sienten totalmente de acuerdo es relativamente baja. Esto sugiere que, aunque existe un alto nivel de

acuerdo en cuanto al trato justo, este puede no ser percibido con la misma intensidad por todos los productores.

Tabla 55

Trato justo hacia sus trabajadores, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio			100.0%		100.0%
La Hualanga			100.0%		100.0%
El Tambo		6.7%	73.3%	20.0%	100.0%
La Colpa	12.5%		75.0%	12.5%	100.0%
Marcolaguna			100.0%		100.0%
Llaucan			100.0%		100.0%
El Romero	14.3%		71.4%	14.3%	100.0%
Total	3.0%	1.5%	87.9%	7.6%	100.0%

- Igualdad dentro de su negocio

El estudio revela que el (95.5%) de los productores de queso fresco encuestados está de acuerdo con la afirmación de que existe igualdad dentro de su negocio, mientras que solo (4.5%) está totalmente de acuerdo, (ver tabla 56). Estos resultados sugieren que una gran mayoría de los productores percibe un ambiente de igualdad dentro de sus negocios, aunque la proporción de quienes están totalmente de acuerdo es pequeña, lo que podría indicar que, aunque se percibe igualdad, no siempre se considera de manera absolutamente claro.

Tabla 56*Igualdad dentro de su negocio*

Centros poblados	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	100.0%		100.0%
La Hualanga	100.0%		100.0%
El Tambo	93.3%	6.7%	100.0%
La Colpa	75.0%	25.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	100.0%		100.0%
El Romero	100.0%		100.0%
Total	95.5%	4.5%	100.0%

- Igualdad de oportunidades al contratar personal en su negocio

En el contexto de estudio se muestra que, el (83.3%) de los encuestados está de acuerdo con la afirmación de que existe igualdad de oportunidades al contratar personal en sus negocios, mientras que (15.2%) está en desacuerdo y (1.5%) se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo (ver tabla 57). Estos resultados indican que la mayoría de los productores de queso fresco perciben que hay igualdad de oportunidades en el proceso de contratación, aunque una pequeña proporción de ellos considera que no se da igualdad de oportunidades en este aspecto.

Tabla 57

Igualdad de oportunidades al contratar personal en su negocio, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Total
Quengorrio	8.3%		91.7%	100.0%
La Hualanga	33.3%		66.7%	100.0%
El Tambo	26.7%	6.7%	66.7%	100.0%
La Colpa	12.5%		87.5%	100.0%
Marcolaguna			100.0%	100.0%
Llaucan	10.0%		90.0%	100.0%
El Romero			100.0%	100.0%
Total	15.2%	1.5%	83.3%	100.0%

- Oportunidades de capacitación a su trabajador (es)

El estudio revela que el (75.8%) de los encuestados está de acuerdo con que ofrecen oportunidades de capacitación a sus trabajadores, mientras que (19.7%) está totalmente de acuerdo, y un pequeño porcentaje de (1.5%) está totalmente en desacuerdo. Un 3.0% se encuentra en desacuerdo con la afirmación, (ver tabla 58). Estos resultados indican que una gran mayoría de los productores de queso fresco considera que brindan oportunidades de capacitación a sus trabajadores, aunque una pequeña proporción tiene una percepción negativa o no completamente favorable al respecto.

Tabla 58

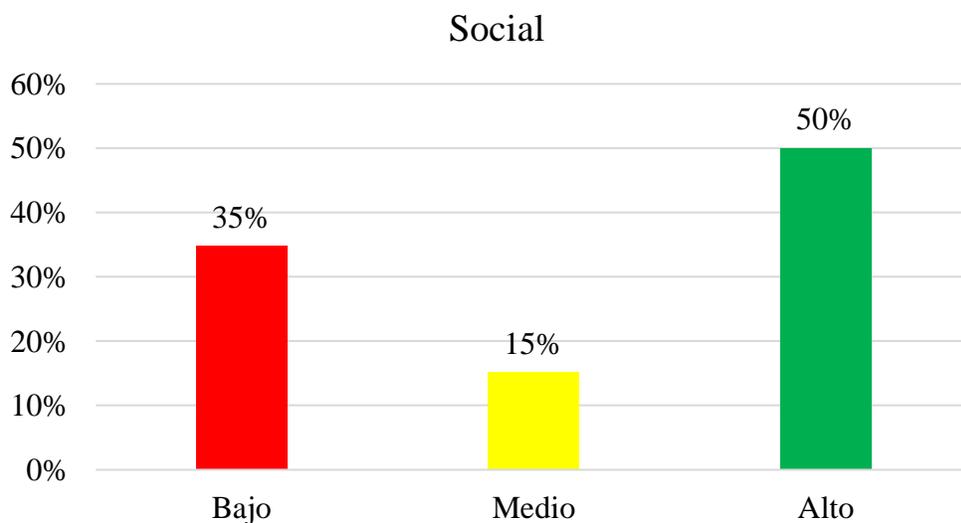
Oportunidades de capacitación a su trabajador (es) quienes realizan actividades en el proceso de producción de queso fresco, según centro poblado

Centros poblados	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio		8.3%	83.3%	8.3%	100.0%
La Hualanga		11.1%	55.6%	33.3%	100.0%
El Tambo	6.7%		66.7%	26.7%	100.0%
La Colpa			75.0%	25.0%	100.0%
Marcolaguna			100.0%		100.0%
Llaucan			90.0%	10.0%	100.0%
El Romero			71.4%	28.6%	100.0%
Total	1.5%	3.0%	75.8%	19.7%	100.0%

En la figura 5, se observa los niveles de conocimiento de los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, donde el 50% del total (33 productores) tiene un nivel alto, mientras el 35 % (23 productores) posee un nivel bajo, así mismo el nivel medio es el menos frecuente, con solo un 15% (10 productores). Esto indica que la mayoría de los productores se encuentran en condiciones sociales altos, mientras que una minoría logra alcanzar niveles sociales medios.

Figura 5

Nivel de conocimiento de los productores de queso fresco



4.2.3 Datos de la dimensión ambiental

- Tipo de combustible que usa en su planta quesera

En el contexto de estudio, el uso exclusivo de gas (100.0%) como combustible refleja una tendencia uniforme en los métodos de producción en los centros poblados estudiados (ver tabla 59). Este hallazgo podría estar relacionado con la disponibilidad, accesibilidad, y costo del gas en estas localidades rurales, así como con la percepción de que el gas es una opción eficiente y práctica para la producción de queso fresco. Además, su uso puede estar motivado por la necesidad de cumplir con estándares básicos de seguridad y eficiencia en los procesos productivos.

Tabla 59

Tipo de combustible que usa el proceso de queso fresco por centro poblado

Tipo de combustible que usa		
Centros poblados	Gas	Total
Quengorrio	100.0%	100.0%
La Hualanga	100.0%	100.0%
El Tambo	100.0%	100.0%
La Colpa	100.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%	100.0%
Llaucan	100.0%	100.0%
El Romero	100.0%	100.0%
Total	100.0%	100.0%

- El uso de gas contamina el medio ambiente

En el estudio, el consenso absoluto sobre la percepción de que el gas contamina el medio ambiente indica una alta conciencia ambiental entre los productores de todos los centros poblados (100.0%), ver tabla 60. Sin embargo, esta percepción puede estar influenciada por el conocimiento general de que los combustibles fósiles, como el gas, contribuyen a la emisión de gases de efecto invernadero y otros contaminantes, aunque en menor medida que combustibles como el carbón o la leña.

Tabla 60

El gas que utiliza en su planta quesera contamina el medio ambiente

Centros poblados	Si	Total
Quengorrio	100.0%	100.0%
La Hualanga	100.0%	100.0%
El Tambo	100.0%	100.0%
La Colpa	100.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%	100.0%
Llaucan	100.0%	100.0%
El Romero	100.0%	100.0%
Total	100.0%	100.0%

- Frecuencia de gases contaminantes que genera su planta quesera

En el ámbito de estudio, se observa que el 48.5% de los encuestados, algunas veces considera que su planta genera gases contaminantes mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (80.0%), El Romero (71.4%) y Quengorrio (66.7%), seguido de un 27.3% que lo percibe como frecuentemente principalmente en los centros poblados de Llaucan (60.0%), La Hualanga y El Tambo (33.3%) y un 24.2% que lo califica como raramente exclusivamente en los centros poblados de La Colpa (62.5%), El Tambo (26.7%) y L Hualanga (22.2%), ver tabla 61.

Tabla 61

Frecuencia de gases contaminantes que genera su planta quesera por cada centro poblado

Centros poblados	Frecuentemente	Algunas veces	Raramente	Total
Quengorrio	16.7%	66.7%	16.7%	100.0%
La Hualanga	33.3%	44.4%	22.2%	100.0%
El Tambo	33.3%	40.0%	26.7%	100.0%
La Colpa	12.5%	25.0%	62.5%	100.0%
Marcolaguna		80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	60.0%	30.0%	10.0%	100.0%
El Romero	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%
Total	27.3%	48.5%	24.2%	100.0%

- Prácticas para reducir la contaminación a través de emisiones

En el ámbito de estudio, los datos indican que apagar el gas después de usarlo es la práctica más adoptada, con un 50.0% de los productores encuestados mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (80.0%), La colpa (62.5%) y La Hualanga (55.6%). Otra practica la cual es evitar fugas de gas representa el 24.2%, reflejando un enfoque secundario en la prevención de emisiones principalmente en los centros poblados de Llaucan (50.0%), El Tambo (33.3%) y El Romero (28.6%). Un 25.8% de los productores mayormente en el centro poblado de Quengorrio (41.7%) no implementa ninguna medida (ver tabla 62). Lo que señala un desafío importante en términos de sensibilización y adopción de prácticas sostenibles.

Tabla 62

Prácticas para reducir la contaminación a través de emisiones que genera su planta quesera por cada centro poblado

Centros poblados	Apagar el gas después de usar	Evitar fuga de gas	No implementa	Total
Quengorrio	50.0%	8.3%	41.7%	100.0%
La Hualanga	55.6%	22.2%	22.2%	100.0%
El Tambo	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
La Colpa	62.5%	12.5%	25.0%	100.0%
Marcolaguna	80.0%		20.0%	100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%		100.0%
El Romero	42.9%	28.6%	28.6%	100.0%
Total	50.0%	24.2%	25.8%	100.0%

- Derrames de leche que genera

En el ámbito de estudio, los resultados muestran que un 63.6% de los productores reporta que ocurren derrames de leche en sus plantas queseras mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (80.0%), Quengorrio y La Colpa (75.0%). Un 36.4% indica que no enfrentan este problema principalmente en los centros poblados de El Romero (42.9%), El Tambo (46.7%) y La Hualanga (44.4%), ver tabla 63. Esto refleja una gestión más eficiente o mejores prácticas en el manejo de insumos.

Tabla 63*Derrames de leche que genera por cada centro poblado*

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	55.6%	44.4%	100.0%
El Tambo	53.3%	46.7%	100.0%
La Colpa	75.0%	25.0%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	42.9%	57.1%	100.0%
Total	63.6%	36.4%	100.0%

- **Las aguas utilizadas pasan por un proceso de filtración o tratamiento antes de desechar**

En este contexto de estudio. Los resultados muestran que el 36.4% de los productores realizan procesos de filtración o tratamiento antes de desechar las aguas utilizadas mayormente en los centros poblados de La Hualanga (55.6%) y La Colpa (50.0%). Una mayoría significativa, el 63.6%, no implementa ningún tipo de tratamiento principalmente en los centros poblados de Quengorrio (75.0%) y El Tambo (73.3%), lo que podría representar un impacto ambiental negativo significativo en las comunidades locales (ver tabla 64).

Tabla 64

Las aguas utilizadas pasan por un proceso de filtración o tratamiento antes de desechar

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	25.0%	75.0%	100.0%
La Hualanga	55.6%	44.4%	100.0%
El Tambo	26.7%	73.3%	100.0%
La Colpa	50.0%	50.0%	100.0%
Marcolaguna	40.0%	60.0%	100.0%
Llaucan	40.0%	60.0%	100.0%
El Romero	28.6%	71.4%	100.0%
Total	36.4%	63.6%	100.0%

- Acción con aguas utilizadas

En este contexto de investigación, el 60.6% de productores de queso fresco de los centros poblados de La Hualanga (77.8%), El Tambo (66.7%) y Marcolaguna (60.0%) almacena las aguas utilizadas en fuentes de agua, mientras que el 39.4% desecha dichas aguas principalmente en centros poblados de La Colpa, Llaucan (50.0%) y El Romero (42.9%), ver tabla 65. Este comportamiento sugiere una tendencia mayoritaria hacia la reutilización o almacenamiento de aguas, lo que podría estar relacionado con prácticas sostenibles o la necesidad de maximizar recursos hídricos en las áreas rurales.

Tabla 65*Acción con aguas utilizadas por cada centro poblado*

Centros poblados	Desecha	Almacena en fuentes de agua	Total
Quengorrio	41.7%	58.3%	100.0%
La Hualanga	22.2%	77.8%	100.0%
El Tambo	33.3%	66.7%	100.0%
La Colpa	50.0%	50.0%	100.0%
Marcolaguna	40.0%	60.0%	100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%	100.0%
El Romero	42.9%	57.1%	100.0%
Total	39.4%	60.6%	100.0%

- **Reducción de residuos tiene un impacto positivo en el medio ambiente**

En el ámbito de estudio, el 100% de los encuestados en todos los centros poblados considera que la reducción de residuos en sus plantas queseras tiene un impacto positivo en el medio ambiente, (ver tabla 66). Este resultado sugiere una fuerte conciencia ambiental entre los productores de queso, lo que podría estar relacionado con la implementación de prácticas sostenibles en la gestión de residuos.

Tabla 66

Reducción de residuos que genera su planta quesera tiene un impacto positivo en el medio ambiente, en cada centro poblado

Centros poblados	Si	Total
Quengorrio	100.0%	100.0%
La Hualanga	100.0%	100.0%
El Tambo	100.0%	100.0%
La Colpa	100.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%	100.0%
Llaucan	100.0%	100.0%
El Romero	100.0%	100.0%
Total	100.0%	100.0%

- **Envases o envolturas de protección que utiliza para el queso fresco**

En el ámbito de estudio, el 87.9% de los productores utiliza envases o envolturas reutilizables mayormente en los centros poblados de La Hualanga (100.0%) y El Tambo (93.3%), mientras que solo el 12.1% emplea materiales biodegradables principalmente en los centros poblados de La Colpa (25.0%) y Quengorrio (16.7%), ver tabla 67. Este resultado indica una marcada preferencia por el uso de materiales reutilizables en el empaque de queso fresco, lo que podría estar influenciado por factores económicos, disponibilidad de materiales o prácticas tradicionales.

Tabla 67

Envases o envolturas de protección que utiliza para el producto de queso fresco cada centro poblado

Centros poblados	Biodegradables	Reutilizables	Total
Quengorrio	16.7%	83.3%	100.0%
La Hualanga		100.0%	100.0%
El Tambo	6.7%	93.3%	100.0%
La Colpa	25.0%	75.0%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	80.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	90.0%	100.0%
El Romero	14.3%	85.7%	100.0%
Total	12.1%	87.9%	100.0%

- **Separa y recicla empaques plásticos y otros que genera su planta quesera**

En esta investigación, el 77.3% de los productores encuestados indica que separa y recicla los empaques plásticos y otros residuos generados en sus plantas queseras exclusivamente en los centros poblados de Llaucan (90.0%) y La Hualanga (88.9%), mientras que el 22.7% no realiza estas prácticas principalmente en los centros poblados de El Romero (42.9%) y La Colpa (37.5%), ver tabla 68. Este dato sugiere que, aunque la mayoría de los productores tiene conciencia sobre la importancia del reciclaje, todavía existe un porcentaje considerable que no ha implementado estas acciones, lo que podría estar relacionado con barreras económicas, educativas o de infraestructura.

Tabla 68

Separa y recicla empaques plásticos y otros que genera su planta quesera, en cada centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	80.0%	20.0%	100.0%
La Colpa	62.5%	37.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%	100.0%
El Romero	57.1%	42.9%	100.0%
Total	77.3%	22.7%	100.0%

- Acción con los materiales de limpieza desgastados

En el ámbito de estudio, se observa que el 40.9% de los productores separa y almacena los materiales de limpieza desgastados en saquetas o recipientes de basura mayormente en los centros poblados de La Hualanga (66.7%) y Marcolaguna (60.0%), el 39.4% los junta en saquetas y los desecha directamente principalmente en los centros poblados de La Colpa (75.0%) y El Romero (71.4%), mientras que el 19.7% los elimina directamente en un hoyo mayormente en los centros poblados de El Tambo (40.0%) y Quengorrio (33.3%), ver tabla 69. Esto indica que la mayoría de los productores tienen cierto grado de manejo de residuos organizado, aunque un porcentaje significativo aún opta por prácticas menos sostenibles.

Tabla 69

Acción con los materiales de limpieza desgastados en cada centro poblado

Centros poblados	Separa y juntas en saquetas o recipientes de basura	Junta en saquetas y los bota	Bota directamente al hoyo	Total
Quengorrio	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
La Hualanga	66.7%	22.2%	11.1%	100.0%
El Tambo	46.7%	13.3%	40.0%	100.0%
La Colpa	12.5%	75.0%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%		100.0%
Llaucan	50.0%	50.0%		100.0%
El Romero	14.3%	71.4%	14.3%	100.0%
Total	40.9%	39.4%	19.7%	100.0%

- **Implementación de plan de gestión de residuos sólidos y líquidos**

En el contexto de estudio, se observa que el 75.8% de los productores de queso fresco no ha implementado un plan de gestión de residuos mayormente en los centros poblados de El Romero (100.0%) y Llaucan (90.0%), lo que evidencia una carencia significativa en la adopción de prácticas de manejo sostenible. Un 15.2% se encuentra en proceso de implementación principalmente en los centros poblados de Marcolaguna (40.0%) y Quengorrio (33.3%), mientras que un 7.6% ha implementado parcialmente dichos planes mayormente en los centros poblados de La Colpa (50.0%) y La Hualanga (11.1%). Solo el 1.5% ha completado la implementación principalmente en el centro poblado de El Tambo (6.7%), ver tabla 70, lo que resalta un gran desafío para alcanzar un manejo integral de residuos en estas comunidades.

Tabla 70

Implementación de plan de gestión de residuos sólidos y líquidos en cada centro poblado

Centros poblados	No	En proceso	Si, pero no completo	Si completamente	Total
Quengorrio	66.7%	33.3%			100.0%
La Hualanga	77.8%	11.1%	11.1%		100.0%
El Tambo	86.7%	6.7%		6.7%	100.0%
La Colpa	37.5%	12.5%	50.0%		100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%			100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%			100.0%
El Romero	100.0%				100.0%
Total	75.8%	15.2%	7.6%	1.5%	100.0%

- **Familiarizado para manejar residuos sólidos y líquidos que genera su negocio de producción de queso fresco**

En el contexto de investigación, el 66.7% de los productores de queso fresco se declara familiarizado con el manejo de residuos sólidos y líquidos principalmente en los centros poblados de La Hualanga (100.0%), Marcolaguna (80.0%) y Llaucan (70.0%), mientras que un 33.3% no lo está mayormente en los centros poblados La Colpa (62.5%), El Romero (42.9%) y El Tambo (40.0%), ver tabla 71. Estos resultados evidencian que, aunque una mayoría tiene algún nivel de conocimiento o práctica en este ámbito, existe una proporción considerable que carece de las capacidades necesarias para gestionar adecuadamente los residuos generados.

Tabla 71

Familiarizado para manejar residuos sólidos y líquidos que genera su negocio de producción de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Familiarizado	No familiarizado	Total
Quengorrio	66.7%	33.3%	100.0%
La Hualanga	100.0%		100.0%
El Tambo	60.0%	40.0%	100.0%
La Colpa	37.5%	62.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	57.1%	42.9%	100.0%
Total	66.7%	33.3%	100.0%

- **Reutilización de subproductos**

En el ámbito de estudio, el 75.8% de los productores de queso fresco reutiliza los subproductos exclusivamente para alimentación animal el cual se refleja mayormente en los centros poblados de La Colpa (87.5%), Quengorrio (83.3%) y El Tambo (80.0%), mientras que un 6.1% los destina únicamente a la producción de otros productos principalmente en los centros poblados de Marcolaguna (40.0%), Llaucan (10.0%) y Quengorrio (8.3%). El 18.2% restante combina ambas prácticas mayormente en los centros poblados La Hualanga (33.3%), El Tambo (20.0%) y La Colpa (12.5%), ver tabla 72. Estos datos subrayan que la alimentación animal es la principal forma de reutilización, destacando su importancia como estrategia económica y sostenible en el contexto rural.

Tabla 72*Reutilización de subproductos por cada centro poblado*

Centros poblados	Alimentación animal	Producción de otros productos	Ambas	Total
Quengorrio	83.3%	8.3%	8.3%	100.0%
La Hualanga	66.7%		33.3%	100.0%
El Tambo	80.0%		20.0%	100.0%
La Colpa	87.5%		12.5%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%		100.0%
Llaucan	70.0%	10.0%	20.0%	100.0%
El Romero	71.4%		28.6%	100.0%
Total	75.8%	6.1%	18.2%	100.0%

- **Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos**

En el estudio realizado, la separación de desechos orgánicos e inorgánicos es practicada por el 34.8% de los productores de queso fresco principalmente en los centros poblados de Llaucan (70.0%) y La Hualanga (66.7%), mientras que el 30.3% realiza actividades de reciclaje exclusivamente en los centros poblados de La Colpa (50.0%) y El Romero (42.9%). Sin embargo, un porcentaje igual (34.8%) desecha los residuos directamente como basura común principalmente en los centros poblados de El Tambo (60.0%) y Quengorrio (50.0%), lo que evidencia un desafío significativo en la gestión adecuada de los desechos, (ver tabla 73).

Tabla 73*Manejo de desechos orgánicos e inorgánicos en cada centro poblado*

Centros poblados	Separación	Basura común	Reciclaje	Total
Quengorrio	25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	66.7%		33.3%	100.0%
El Tambo	13.3%	60.0%	26.7%	100.0%
La Colpa	12.5%	37.5%	50.0%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	20.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	10.0%	20.0%	100.0%
El Romero	14.3%	42.9%	42.9%	100.0%
Total	34.8%	34.8%	30.3%	100.0%

- **Reutilización del agua**

En el estudio realizado, el 69.7% de los productores de queso fresco reutilizan el agua en sus plantas de producción principalmente en los centros poblados de Marcolaguna (100.0%), La Colpa (87.5%) y Quengorrio (83.3%), mientras que el 30.3% no lo hace mayormente en los centros poblados de El Romero (57.1%), La Hualanga (55.6%) y El Tambo (33.3%), ver tabla 74. Esta cifra refleja una tendencia positiva hacia la reutilización de recursos, pero también señala que un porcentaje significativo aún no ha implementado prácticas de reutilización de agua, lo que podría implicar un área de mejora en términos de sostenibilidad en la producción.

Tabla 74

Reutilización del agua en su planta quesera de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	83.3%	16.7%	100.0%
La Hualanga	44.4%	55.6%	100.0%
El Tambo	66.7%	33.3%	100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	42.9%	57.1%	100.0%
Total	69.7%	30.3%	100.0%

- Reducción de recursos naturales durante el procesamiento de queso fresco

En el ámbito de estudio, se observa que el 43.9% de los productores de queso fresco en los centros poblados se enfoca en el uso eficiente del agua principalmente en Marcolaguna y Llaucan (60.0%), el 21.2% en el ahorro de energía mayormente en los centros poblados de El Romero (57.1%) y La Hualanga (33.3%), y el 34.8% en la adopción de ambas prácticas de manera conjunta principalmente en los centros poblados de La Colpa (50.0%) y El Tambo (46.7%), ver tabla 75. Esto sugiere que una proporción significativa de los productores está tomando medidas para reducir su impacto ambiental, especialmente en lo que respecta al uso del agua. Sin embargo, también es evidente que aún existe un margen de mejora en cuanto a la adopción de prácticas integrales que incluyan tanto el uso eficiente del agua como el ahorro de energía.

Tabla 75

Reducción de recursos naturales durante el procesamiento de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Uso eficiente del agua	Ahorro de energía	Todas las anteriores	Total
Quengorrio	58.3%	25.0%	16.7%	100.0%
La Hualanga	22.2%	33.3%	44.4%	100.0%
El Tambo	33.3%	20.0%	46.7%	100.0%
La Colpa	50.0%		50.0%	100.0%
Marcolaguna	60.0%		40.0%	100.0%
Llaucan	60.0%	10.0%	30.0%	100.0%
El Romero	28.6%	57.1%	14.3%	100.0%
Total	43.9%	21.2%	34.8%	100.0%

- Control de calidad

En el ámbito de estudio, el 98.5% de los productores de queso fresco en los centros poblados realiza algún tipo de control de calidad durante el proceso de producción, mientras que solo un 1.5% no lo lleva a cabo, (ver tabla 76). Este alto porcentaje de adopción de prácticas de control de calidad sugiere que la mayoría de los productores en los centros poblados reconocen la importancia de garantizar la calidad de su producto, lo cual es crucial para mantener estándares de seguridad alimentaria y satisfacer las expectativas de los consumidores.

Tabla 76

Control de calidad durante el proceso de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	100.0%		100.0%
La Hualanga	88.9%	11.1%	100.0%
El Tambo	100.0%		100.0%
La Colpa	100.0%		100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	100.0%		100.0%
El Romero	100.0%		100.0%
Total	98.5%	1.5%	100.0%

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la dimensión ambiental en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca.

a. Protección ambiental

Implica adoptar medidas que minimicen su impacto ambiental, como la reducción de emisiones y la correcta gestión de residuos líquidos y sólidos. En tal sentido la protección ambiental es el conjunto de actividades directamente encaminadas a la prevención, reducción y eliminación de la contaminación o de cualquier otra degradación del del medio ambiente, causado por un individuo o una organización (Broniewicz, 2017).

- Implementación de prácticas en el proceso de producción que ayuden a reducir las emisiones que genera el gas evitando que contaminen al medio

El estudio destaca que en la gran mayoría de productores de queso fresco en los centros poblados representando el 75.8% de los encuestados está de acuerdo con que implementan prácticas para reducir las emisiones de gas, mientras que solo un 1.5% está totalmente de acuerdo, lo que sugiere que, aunque la mayoría reconoce la implementación de prácticas, la

percepción de su efectividad o la profundidad de estas prácticas podría no ser completamente positiva. Un 21.2% de los encuestados está en desacuerdo, y un 1.5% está totalmente en desacuerdo, lo que refleja que una proporción menor considera que no se están adoptando medidas adecuadas para reducir las emisiones, (ver tabla 77).

Tabla 77

Implementación de prácticas en el proceso de producción que ayuden a reducir las emisiones que genera el gas evitando que contaminen al medio, según centro poblado

Centros poblados	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio		33.3%	66.7%		100.0%
La Hualanga		11.1%	88.9%		100.0%
El Tambo	6.7%	26.7%	60.0%	6.7%	100.0%
La Colpa		25.0%	75.0%		100.0%
Marcolaguna		20.0%	80.0%		100.0%
Llaucan			100.0%		100.0%
El Romero		28.6%	71.4%		100.0%
Total	1.5%	21.2%	75.8%	1.5%	100.0%

- **Prácticas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos (leche, suero y agua) durante la producción de queso fresco**

En el ámbito de estudio el, (63.6%) de los productores encuestados en los centros poblados están de acuerdo con que implementan prácticas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos, mientras que solo (10.6%) está totalmente de acuerdo. Esto indica que, aunque una proporción significativa reconoce la adopción de prácticas para mitigar la contaminación, no todos los productores consideran que estas prácticas sean completamente

efectivas. Un (22.7%) está en desacuerdo, lo que refleja una percepción negativa sobre la implementación de medidas adecuadas para tratar los residuos líquidos. Sin embargo, un (3.0%) se encuentra en una postura neutral, ni de acuerdo ni en desacuerdo, (ver tabla 78).

Tabla 78

Prácticas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos (leche, suero y agua) durante la producción de queso fresco, en cada centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	33.3%		50.0%	16.7%	100.0%
La Hualanga	22.2%		77.8%		100.0%
El Tambo	26.7%	6.7%	53.3%	13.3%	100.0%
La Colpa			87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna			80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	20.0%		70.0%	10.0%	100.0%
El Romero	42.9%	14.3%	42.9%		100.0%
Total	22.7%	3.0%	63.6%	10.6%	100.0%

- **Prácticas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables**

El estudio revela que el (59.1%) de los productores de queso fresco en los centros poblados están de acuerdo con la implementación de prácticas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables, mientras que el (16.7%) está totalmente de acuerdo. Este resultado sugiere que una mayoría de los productores reconoce la importancia de separar y reciclar estos materiales, aunque no todos consideran que las prácticas sean completamente eficaces. Por otro lado, un (22.7%) está en desacuerdo, lo que indica que existe

una proporción significativa de productores que no han adoptado estas prácticas de manera efectiva. Finalmente, solo un (1.5%) está totalmente en desacuerdo, (ver tabla 79).

Tabla 79

Prácticas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables

Centros poblados	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio		41.7%	33.3%	25.0%	100.0%
La Hualanga		11.1%	77.8%	11.1%	100.0%
El Tambo	6.7%	13.3%	73.3%	6.7%	100.0%
La Colpa		25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
Marcolaguna		20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
Llaucan		10.0%	80.0%	10.0%	100.0%
El Romero		42.9%	57.1%		100.0%
Total	1.5%	22.7%	59.1%	16.7%	100.0%

b. Prácticas medioambientales

Conjunto de acciones para reducir el impacto sobre el medio ambiente, el cual incluye el manejo correcto de residuos sólidos, líquidos, conservación del agua y control de calidad, además las prácticas medioambientales son aquellas acciones que buscan reducir el impacto ambiental negativo causado por actividades y procesos a través de cambios y mejoras en la organización y desarrollo de las actividades, así como el uso eficiente de recursos (Carrión-Bósquez et al., 2024; Rahul, 2015).

- **Manejo de residuos sólidos y líquidos, incluyendo la reutilización de subproductos como el suero de leche y la correcta disposición de desechos orgánicos e inorgánicos**

El estudio revela que el, 69.7% de los productores de queso fresco en los centros poblados están de acuerdo con las prácticas de manejo de residuos sólidos y líquidos, que

incluyen la reutilización de subproductos como el suero de leche y la disposición adecuada de desechos. Además, un 22.7% está totalmente de acuerdo con estas prácticas. Este resultado refleja una aceptación generalizada de la importancia de un manejo adecuado de los residuos en la producción de queso fresco. Sin embargo, un 7.6% está en desacuerdo, lo que indica que una pequeña proporción de los productores aún no ha adoptado estas prácticas de manera efectiva, (ver tabla 80).

Tabla 80

Manejo de residuos sólidos y líquidos, incluyendo la reutilización de subproductos como el suero de leche y la correcta disposición de desechos orgánicos e inorgánicos, según centros poblados

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	8.3%	66.7%	25.0%	100.0%
La Hualanga		77.8%	22.2%	100.0%
El Tambo	13.3%	73.3%	13.3%	100.0%
La Colpa	25.0%	62.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna		20.0%	80.0%	100.0%
Llaucan		70.0%	30.0%	100.0%
El Romero		100.0%		100.0%
Total	7.6%	69.7%	22.7%	100.0%

- **Acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas. (Conservación del Agua)**

En el ámbito de estudio revela que el (71.2%) de los productores están de acuerdo con la implementación de acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas en los centros poblados encuestados, mientras que el (10.6%) está totalmente de acuerdo. Esto sugiere una aceptación generalizada de la importancia de la conservación del agua dentro del proceso de producción de

queso fresco. Sin embargo, un (18.2%) se muestra en desacuerdo, lo que indica que una proporción significativa de los productores aún no ha adoptado estas prácticas de manera efectiva o considera, (ver tabla 81).

Tabla 81

Acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas. (Conservación del Agua), según centros poblados

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	25.0%	66.7%	8.3%	100.0%
La Hualanga	44.4%	55.6%		100.0%
El Tambo	6.7%	80.0%	13.3%	100.0%
La Colpa	12.5%	50.0%	37.5%	100.0%
Marcolaguna		100.0%		100.0%
Llaucan	20.0%	70.0%	10.0%	100.0%
El Romero	14.3%	85.7%		100.0%
Total	18.2%	71.2%	10.6%	100.0%

- **Control de calidad en cada etapa del proceso de producción de queso fresco**

En el ámbito de estudio, el (45.5%) de los productores se muestra de acuerdo con la implementación de controles de calidad en las etapas del proceso de producción de queso fresco de todos los centros poblados encuestados, mientras que el (51.5%) está totalmente de acuerdo. Este alto porcentaje sugiere que la mayoría de los productores reconoce la importancia de mantener estándares de calidad durante la producción. Sin embargo, un (3.0%) está en desacuerdo, lo que indica que un pequeño grupo no considera que se realicen controles de calidad adecuados en el proceso, (ver tabla 82)

Tabla 82

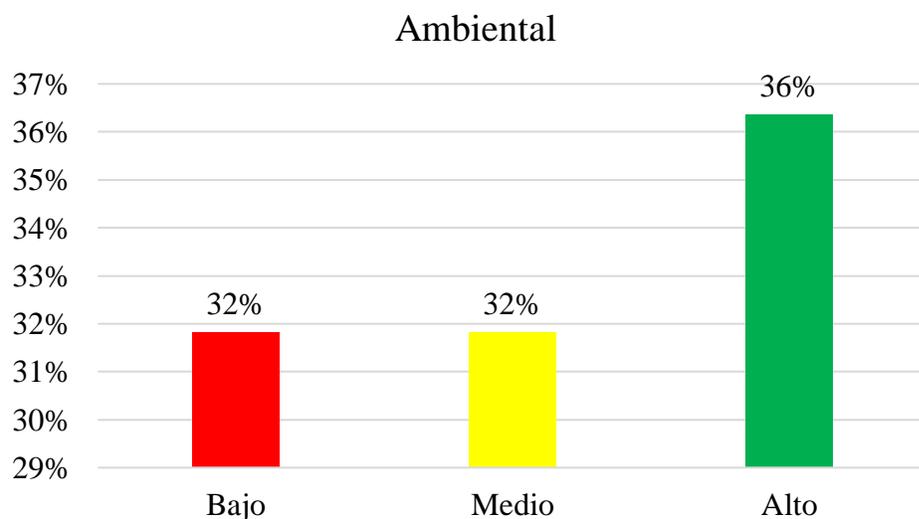
Control de calidad en cada etapa del proceso de producción de queso fresco, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio		75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	11.1%	33.3%	55.6%	100.0%
El Tambo	6.7%	46.7%	46.7%	100.0%
La Colpa		37.5%	62.5%	100.0%
Marcolaguna		20.0%	80.0%	100.0%
Llaucan		20.0%	80.0%	100.0%
El Romero		71.4%	28.6%	100.0%
Total	3.0%	45.5%	51.5%	100.0%

En la figura 6, se observa los niveles de conocimiento de los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, donde el 36% del total (24 productores) tiene un nivel alto, mientras el 32 % (21 productores) posee un nivel bajo, de igual manera el nivel medio posee un porcentaje igual a lo anterior, con el 32% (21 productores) respectivamente. Esto indica que la mayoría de los productores se encuentran en condiciones ambientales altos.

Figura 6

Nivel de conocimiento de los productores de queso fresco



4.3 Análisis de la variable desarrollo de procesos en la innovación verde

Los resultados se muestran tomando en cuenta a la variable de desarrollo de procesos en la Innovación Verde

4.3.1 Datos de desarrollo de procesos en la innovación verde

- Utilización del suero de leche

En el ámbito de estudio, el 80.3% de los productores de queso fresco utiliza el suero de leche para la producción de otros productos especialmente en los centros poblados de El Romero y La Colpa (100.0%), mientras que solo un 1.5% lo devuelve al cliente. Un 18.2% de los productores emplea ambas prácticas principalmente en los centros poblados de Marcolaguna (40.0%) y La Hualanga (33.3%), ver tabla 83. Este patrón sugiere que la mayoría de los productores están aprovechando el suero de leche como recurso para la elaboración de otros productos, lo que implica un enfoque hacia la valoración de subproductos y la optimización de recursos en el proceso de producción de queso fresco. Este enfoque es relevante tanto desde el

punto de vista económico como ambiental, ya que contribuye a la reducción de desperdicios y la creación de nuevos productos derivados.

Tabla 83

Utilización del suero de leche por cada centro poblado

Centros poblados	Devuelve al cliente	Producción de otros productos	Todas las anteriores	Total
Quengorrio		75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga		66.7%	33.3%	100.0%
El Tambo		86.7%	13.3%	100.0%
La Colpa		100.0%		100.0%
Marcolaguna		60.0%	40.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	70.0%	20.0%	100.0%
El Romero		100.0%		100.0%
Total	1.5%	80.3%	18.2%	100.0%

- **Que acción realiza con las aguas utilizadas**

En el contexto de estudio, el 62.1% de los productores reutiliza las aguas utilizadas en la planta quesera principalmente en los centros poblados de La Colpa (87.5%) y El Romero (71.4%), mientras que el 37.9% desecha el agua mayormente en los centros poblados de La Hualanga (55.6%) y El Tambo (46.7%), ver tabla 84. Este patrón indica una tendencia hacia la reutilización del agua, lo cual es una práctica favorable desde el punto de vista ambiental, ya que permite reducir el consumo de agua potable y mitigar el impacto ambiental asociado con el vertido de aguas residuales.

Tabla 84

Que acción realiza con las aguas utilizadas en su planta quesera en cada centro poblado

Centros poblados	Reutiliza	Desecha	Total
Quengorrio	58.3%	41.7%	100.0%
La Hualanga	44.4%	55.6%	100.0%
El Tambo	53.3%	46.7%	100.0%
La Colpa	87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%	100.0%
Llaucan	70.0%	30.0%	100.0%
El Romero	71.4%	28.6%	100.0%
Total	62.1%	37.9%	100.0%

- Acción para evitar desechos de suero o aguas utilizadas

En el ámbito de estudio, el 57.6% de los productores de queso fresco si toman acciones para evitar desechos de suero o aguas utilizadas principalmente en los centros poblados de Quengorrio (75.0%) y La Colpa (62.5%), mientras que el 42.4% no realiza ninguna acción en este sentido mayormente en los centros poblados de Llaucan (60.0%) y El Romero (57.1%) ver tabla 85. Esto refleja una tendencia positiva hacia la gestión sostenible de los desechos generados durante la producción de queso fresco, aunque también indica que un porcentaje significativo de productores no implementa prácticas adecuadas para evitar el desperdicio de estos recursos.

Tabla 85*Acción para evitar desechos de suero o aguas utilizadas en cada centro poblado*

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	55.6%	44.4%	100.0%
El Tambo	60.0%	40.0%	100.0%
La Colpa	62.5%	37.5%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	40.0%	100.0%
Llaucan	40.0%	60.0%	100.0%
El Romero	42.9%	57.1%	100.0%
Total	57.6%	42.4%	100.0%

- **Acción que realiza sobre el desecho de residuos líquidos**

En el ámbito de estudio, el 53.0% de los productores de queso fresco almacena y reutiliza los residuos líquidos generados durante el proceso de producción de queso fresco principalmente en los centros poblados de El Romero (71.4%) y Llaucan (70.0%), lo que refleja una práctica sostenible en el manejo de estos desechos. Sin embargo, un 33.3% de los productores desecha los residuos líquidos directamente al suelo mayormente en los centros poblados de El Tambo (53.3%) y La Colpa (50.0%), y un 13.6% los vierte directamente al río o quebrada principalmente en el centro poblado de El Romero (2806%), ver tabla 86. Esto muestra que, aunque una proporción significativa de los productores realiza un esfuerzo por reutilizar los residuos líquidos, todavía existen prácticas que pueden tener un impacto negativo en el medio ambiente, especialmente aquellas que involucran el vertido directo al suelo o a cuerpos de agua.

Tabla 86

Acción realiza con los desechos de residuos líquidos en cada centro poblado

Centros poblados	Directamente al suelo	Directamente al río o quebrada	Lo almacena y lo vuelve a utilizar	Total
Quengorrio	33.3%	16.7%	50.0%	100.0%
La Hualanga	44.4%	11.1%	44.4%	100.0%
El Tambo	53.3%	6.7%	40.0%	100.0%
La Colpa	50.0%		50.0%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	20.0%	70.0%	100.0%
El Romero		28.6%	71.4%	100.0%
Total	33.3%	13.6%	53.0%	100.0%

- **Acción para evitar residuos líquidos se viertan directamente en el medio ambiente**

En el contexto de estudio, el 74.2% de los productores de queso fresco realizan acciones para evitar que los residuos líquidos se viertan directamente en el medio ambiente mayormente en los centros poblados de Marcolaguna (100.0%) y Llaucan (80.0%), lo que refleja una actitud positiva hacia la gestión responsable de estos desechos. Sin embargo, el 25.8% de los productores no toma medidas para evitar el vertido directo mayormente en los centros poblados de La Colpa (50.0%) y El Romero (28.6%), ver tabla 87. Esto que indica que aún persisten prácticas que pueden tener un impacto negativo en el medio ambiente, especialmente en los centros poblados donde las acciones de prevención son menos frecuentes.

Tabla 87

Acción para evitar residuos líquidos se viertan directamente en el medio ambiente, en cada centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	77.8%	22.2%	100.0%
El Tambo	73.3%	26.7%	100.0%
La Colpa	50.0%	50.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%		100.0%
Llaucan	80.0%	20.0%	100.0%
El Romero	71.4%	28.6%	100.0%
Total	74.2%	25.8%	100.0%

- Acción con materiales plásticos, bolsas o empaques que usa en su planta quesera de queso fresco

En el ámbito de estudio, el 68.2% de los productores de queso fresco toma medidas para juntar, separar y reciclar los materiales plásticos, bolsas o empaques que utilizan en la producción de queso fresco principalmente en los centros poblados Llaucan (90.0%) y Marcolaguna (80.0%). Este es un resultado positivo que refleja una actitud responsable hacia la gestión de residuos plásticos. Sin embargo, un 27.3% de los productores simplemente junta y bota los materiales plásticos principalmente en los centros poblados de La Colpa (50.0%) y El Romero (42.9%), lo que indica que aún persisten prácticas que no favorecen la sostenibilidad y contribuyen a la contaminación. Solo un 4.5% de los productores realiza otras acciones con los materiales plásticos mayormente en el centro poblado de El Romero (14.3%), lo que sugiere que las alternativas a la gestión de residuos plásticos son limitadas, (ver tabla 88).

Tabla 88

Acción con materiales plásticos, bolsas o empaques que usa en su planta quesera se queso fresco por cada centro poblado

Centros poblados	Junta separa y recicla	Junta y los bota	Otro	Total
Quengorrio	66.7%	25.0%	8.3%	100.0%
La Hualanga	77.8%	22.2%		100.0%
El Tambo	73.3%	26.7%		100.0%
La Colpa	37.5%	50.0%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%		100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%		100.0%
El Romero	42.9%	42.9%	14.3%	100.0%
Total	68.2%	27.3%	4.5%	100.0%

- Disposición de residuos sólidos que genera su planta quesera de queso fresco

En el contexto de estudio, el 60.6% de los productores de queso fresco dispone de sus residuos sólidos en tachos o saquetas de basura principalmente en los centros poblados de Llaucan (90.0%) y Marcolaguna (80.0%), lo que indica una gestión relativamente adecuada de los residuos en comparación con la disposición directa al suelo. Sin embargo, un 39.4% de los productores opta por verter los residuos directamente al hoyo mayormente en los centros poblados de El Romero (71.4%) y La Colpa (62.5%), lo que puede ser indicativo de prácticas de disposición inadecuadas que podrían contribuir a la contaminación del suelo y la salud pública. Es importante destacar que la gestión de residuos sólidos es un área que aún requiere mejoras en muchos de los centros poblados, ya que el porcentaje de productores que opta por la disposición directa de los residuos sigue siendo considerable, (ver tabla 89).

Tabla 89

Disposición de residuos sólidos que genera su planta quesera de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Tachos o saquetas de basura	Directamente al hoyo	Total
Quengorrio	50.0%	50.0%	100.0%
La Hualanga	55.6%	44.4%	100.0%
El Tambo	73.3%	26.7%	100.0%
La Colpa	37.5%	62.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	90.0%	10.0%	100.0%
El Romero	28.6%	71.4%	100.0%
Total	60.6%	39.4%	100.0%

- Reducción de recursos naturales (agua y energía)

En el ámbito de estudio, el 37.9% de los productores señala que siempre implementa acciones para reducir el consumo de agua y energía principalmente en los centros poblados de El Tambo (53.3%) y El Romero (42.9%), lo que refleja un compromiso positivo hacia la sostenibilidad en una parte significativa de los productores. Sin embargo, un 16.7% indica que no realiza ninguna acción para reducir estos recursos mayormente en el centro poblado de Quengorrio (41.7%), y el 10.6% menciona que solo lo hace rara vez principalmente al centro poblado de La Hualanga (22.2%), lo que evidencia que aún existen brechas en la adopción de prácticas sostenibles. El 34.8% restante señala que aplica estas prácticas a veces mayormente en los centros poblados de La Colpa (75.0%) y La Hualanga (44.4%), lo que sugiere que una parte considerable de los productores aún no ha incorporado completamente estas medidas en sus procesos productivos, (ver tabla 90).

Tabla 90

Reducción de recursos naturales (agua y energía) en su planta quesera, en cada centro poblado

Centros poblados	No	Rara vez	A veces	Siempre	Total
Quengorrio	41.7%	16.7%		41.7%	100.0%
La Hualanga	11.1%	22.2%	44.4%	22.2%	100.0%
El Tambo	13.3%		33.3%	53.3%	100.0%
La Colpa		12.5%	75.0%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%		40.0%	40.0%	100.0%
Llaucan		20.0%	40.0%	40.0%	100.0%
El Romero	28.6%		28.6%	42.9%	100.0%
Total	16.7%	10.6%	34.8%	37.9%	100.0%

- Tipo de envase que utiliza

En el contexto de estudio se observa, el 63.6% de los productores de queso fresco utiliza envases plásticos mayormente en los centros poblados de Quengorrio (83.3%), El Tambo (80.0%) y La Hualanga (66.7%), lo que constituye el material predominante en la mayoría de los centros poblados. El 21.2% utiliza acero inoxidable, un material más sostenible y seguro para el contacto con alimentos principalmente en los centros poblados La Colpa (37.5%), Llaucan (30.0%) y La Hualanga (22.2%), mientras que el 13.6% emplea envases de madera mayormente en los centros poblados de El Romero (28.6%) y La Colpa (25.0%) y el 1.5% reporta el uso de otros materiales, (ver tabla 91).

Tabla 91

Tipo de envase que utiliza para su producto de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Plásticos	Madera	Acero inoxidable	Otro	Total
Quengorrio	83.3%	8.3%	8.3%		100.0%
La Hualanga	66.7%	11.1%	22.2%		100.0%
El Tambo	80.0%		20.0%		100.0%
La Colpa	25.0%	25.0%	37.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	60.0%	20.0%	20.0%		100.0%
Llaucan	50.0%	20.0%	30.0%		100.0%
El Romero	57.1%	28.6%	14.3%		100.0%
Total	63.6%	13.6%	21.2%	1.5%	100.0%

- Envase reutilizable en el proceso de queso fresco

En el ámbito de estudio, el (100.0%) del uso exclusivo de envases reutilizables en todos los centros poblados refleja una práctica uniforme y ampliamente adoptada en la producción de queso fresco. Este hallazgo es relevante desde una perspectiva de sostenibilidad, ya que los envases reutilizables reducen la generación de residuos sólidos y contribuyen a una economía circular. Además, esta práctica puede estar influenciada por factores económicos, ya que reutilizar envases disminuye los costos asociados a la adquisición de nuevos materiales, (ver tabla 92).

Tabla 92

Envase reutilizable en el proceso de queso fresco, en cada centro poblado

Centros poblados	Si	Total
Quengorrio	100.0%	100.0%
La Hualanga	100.0%	100.0%
El Tambo	100.0%	100.0%
La Colpa	100.0%	100.0%
Marcolaguna	100.0%	100.0%
Llaucan	100.0%	100.0%
El Romero	100.0%	100.0%
Total	100.0%	100.0%

- **Implementación de energía renovable (paneles solare) en su planta quesera**

En el ámbito de estudio, el bajo porcentaje representando el (7.6%) implementa paneles solares, el cual evidencia una escasa adopción de energías renovables en las plantas queseras de los centros poblados estudiados principalmente en Marcolaguna (20.0%) y El Romero (14.3%). Sin embargo, en gran cantidad representando el (92.4%) no implementan energías renovables, (ver tabla 93). Esto podría deberse a factores como los altos costos iniciales de instalación, la falta de acceso a financiamiento, o un conocimiento limitado sobre los beneficios de esta tecnología.

Tabla 93

Implementación de energía renovable (paneles solare) en su planta quesera, en cada centro poblado

Centros poblados	Si	No	Total
Quengorrio		100.0%	100.0%
La Hualanga		100.0%	100.0%
El Tambo	6.7%	93.3%	100.0%
La Colpa	12.5%	87.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	80.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	90.0%	100.0%
El Romero	14.3%	85.7%	100.0%
Total	7.6%	92.4%	100.0%

- Principal razón de uso de energía renovable en su planta quesera de queso fresco

En el ámbito de estudio, los resultados reflejan que el (80.0%) principalmente en los centros poblados de La Colpa, Marcolaguna, Llaucan y El Romero (100.0%) de los productores que utilizan energías renovables lo hacen para mejorar la imagen del negocio, mientras que solo el (20.0%) principalmente en el centro poblado El Tambo (100.0%) lo hace por compromiso con el medio ambiente, (ver tabla 94).

Tabla 94

Principal razón de uso de energía renovable en su planta quesera de queso fresco en cada centro poblado

Centros poblados	Compromiso con el medio ambiente	Mejora de la imagen del negocio	Total
El Tambo	100.0%		100.0%
La Colpa		100.0%	100.0%
Marcolaguna		100.0%	100.0%
Llaucan		100.0%	100.0%
El Romero		100.0%	100.0%
Total	20.0%	80.0%	100.0%

a. Gestión de residuos

De acuerdo al estudio planteado por (Kalamdhad et al., 2016), gestión de residuos son aquellas acciones que se realiza para reducir los desechos líquidos generados en los procesos productivos, minimizando su impacto ambiental, esto incluye la reutilización o reciclaje de residuos, para evitar la contaminación; por su parte Janmaimool et al. (2024); Carrión-Bósquez et al. (2024) hacen énfasis a los esfuerzos por reducir los residuos (reducir), reciclar los residuos que se viertan en el entorno.

- Acciones que evite el desecho de suero y otros residuos líquidos que contaminen el medio ambiente

La investigación señala que el (80.3%) de los productores de queso fresco encuestados en los centros poblados que se muestran en la tabla están de acuerdo con la implementación de acciones para evitar el desecho de suero y otros residuos líquidos, lo que sugiere una alta conciencia sobre la importancia de la gestión ambiental. Sin embargo, un (12.1%) está en

desacuerdo, lo que indica que una pequeña proporción de los productores no considera que estas acciones sean implementadas o no las perciben como necesarias. Solo el (7.6%) está totalmente de acuerdo, lo que resalta la necesidad de mejorar la efectividad de estas prácticas en algunos centros poblados, (ver tabla 95).

Tabla 95

Acciones que evite el desecho de suero y otros residuos líquidos que contaminen el medio ambiente, en cada centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	8.3%	75.0%	16.7%	100.0%
La Hualanga	22.2%	77.8%		100.0%
El Tambo	20.0%	66.7%	13.3%	100.0%
La Colpa		100.0%		100.0%
Marcolaguna		80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	90.0%		100.0%
El Romero	14.3%	85.7%		100.0%
Total	12.1%	80.3%	7.6%	100.0%

- **Los desechos líquidos (suero y agua) generados durante el proceso de producción son reutilizados o tratados para minimizar la contaminación**

El estudio realizado menciona que el (56.1%) de los productores en los centros poblados que se muestran en la tabla están de acuerdo con que los desechos líquidos generados durante la producción de queso fresco son reutilizados o tratados adecuadamente para minimizar la contaminación. Esto indica que más de la mitad de los productores reconoce la importancia de estas prácticas para la protección del medio ambiente. Sin embargo, un (31.8%) está en desacuerdo, lo que sugiere que una proporción significativa de los productores no lleva a cabo

estas prácticas de manera efectiva o no las percibe como necesarias. Además, un pequeño porcentaje del 3.0% se encuentra totalmente en desacuerdo y otro 3.0% se muestra neutral sobre la implementación de estas acciones, (ver tabla 96).

Tabla 96

Los desechos líquidos (suero y agua) generados durante el proceso de producción son reutilizados o tratados para minimizar la contaminación, según centro poblado

Centros poblados	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	8.3%	16.7%		75.0%		100.0%
La Hualanga		44.4%		44.4%	11.1%	100.0%
El Tambo	6.7%	46.7%	6.7%	33.3%	6.7%	100.0%
La Colpa		62.5%		37.5%		100.0%
Marcolaguna				80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan		10.0%		80.0%	10.0%	100.0%
El Romero		28.6%	14.3%	57.1%		100.0%
Total	3.0%	31.8%	3.0%	56.1%	6.1%	100.0%

- **Gestiona correctamente los residuos sólidos como plásticos, evitando que se acumulen en el entorno natural**

En el ámbito de estudio, se muestra que el (60.6%) de los productores de queso fresco está de acuerdo con que gestionan adecuadamente los residuos sólidos plásticos, evitando su acumulación en el entorno natural. Este resultado sugiere una conciencia generalizada sobre la importancia de manejar los plásticos de manera responsable por parte de los productores en los centros poblados realizados. Sin embargo, un (21.2%) de los productores está en desacuerdo, lo

que indica que una proporción significativa de los productores no está cumpliendo con las prácticas adecuadas de gestión de residuos. Además, un 18.2% está totalmente de acuerdo, lo que refleja que una minoría ve esta gestión como una práctica plenamente implementada y efectiva, (ver tabla 97).

Tabla 97

Gestiona correctamente los residuos sólidos como plásticos, evitando que se acumulen en el entorno natural, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	11.1%	77.8%	11.1%	100.0%
El Tambo	13.3%	73.3%	13.3%	100.0%
La Colpa	50.0%	37.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	40.0%	40.0%	100.0%
Llaucan	10.0%	70.0%	20.0%	100.0%
El Romero	28.6%	57.1%	14.3%	100.0%
Total	21.2%	60.6%	18.2%	100.0%

b. Eficiencia de recursos

Consiste en optimizar el uso de recursos como agua y electricidad, así como la reutilización de materiales y fomentar energías renovables. Esto promueve una producción sostenible y rentable, del mismo modo la eficiencia de recursos es el uso eficiente hídrico, materias o energía a lo largo del ciclo de vida de un producto o proceso (Bunting et al., 2006).

- Reducción del consumo de agua y electricidad en la producción de queso fresco

En el ámbito de estudio el (84.8%) de los productores de los centros poblados están de acuerdo con que han implementado prácticas para reducir el consumo de agua y electricidad en

la producción de queso fresco. Sin embargo, un (7.6%) está en desacuerdo, lo que indica que una pequeña proporción de los productores aún no ha implementado estas prácticas de reducción de consumo. Además, un (7.6%)⁹ está totalmente de acuerdo, lo que refleja un pequeño grupo que ha logrado una reducción significativa en el consumo de estos recursos, (ver tabla 98).

Tabla 98

Reducción del consumo de agua y electricidad en la producción de queso fresco, según centro poblado

Centros poblados	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	16.7%	66.7%	16.7%	100.0%
La Hualanga		100.0%		100.0%
El Tambo	13.3%	80.0%	6.7%	100.0%
La Colpa	12.5%	87.5%		100.0%
Marcolaguna		80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan		90.0%	10.0%	100.0%
El Romero		100.0%		100.0%
Total	7.6%	84.8%	7.6%	100.0%

- **Reutilización de materiales de envases en el proceso de producción de queso fresco.**

El estudio indica que el 68.2% de los productores de queso fresco en los centros poblados que se muestra en la tabla están de acuerdo, y 31.8% está totalmente de acuerdo con la reutilización de materiales de envases en la producción de queso fresco. Esto sugiere que la reutilización de materiales no solo contribuye a la reducción de residuos, sino que también minimiza los costos asociados con la compra de nuevos envases. Sin embargo, la diferencia entre las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo refleja una variabilidad en la implementación

de estas prácticas, donde una parte significativa aún no ha alcanzado un nivel óptimo de reutilización, (ver tabla 99).

Tabla 99

Reutilización de materiales de envases en el proceso de producción de queso fresco, según centro poblado.

Centros poblados	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Quengorrio	75.0%	25.0%	100.0%
La Hualanga	66.7%	33.3%	100.0%
El Tambo	46.7%	53.3%	100.0%
La Colpa	62.5%	37.5%	100.0%
Marcolaguna	80.0%	20.0%	100.0%
Llaucan	80.0%	20.0%	100.0%
El Romero	85.7%	14.3%	100.0%
Total	68.2%	31.8%	100.0%

- Utilización de energías renovables en el proceso de elaboración del queso fresco

En el ámbito de estudio se muestra que el (89.4%) de los productores de queso fresco en los centros poblados están en desacuerdo con la utilización de energías renovables en el proceso de producción de queso fresco, lo que refleja una escasa adopción de tecnologías renovables en los centros poblados analizados. Solo 7.6% de los productores está de acuerdo con el uso de energías renovables, mientras que 3.0% está totalmente en desacuerdo. Esto indica que la mayoría de los productores no está utilizando fuentes de energía renovables, lo que podría estar relacionado con la falta de infraestructura adecuada, la accesibilidad económica o la falta de conocimiento sobre los beneficios de las energías renovables en la producción agroindustrial, (ver tabla 100).

Tabla 100

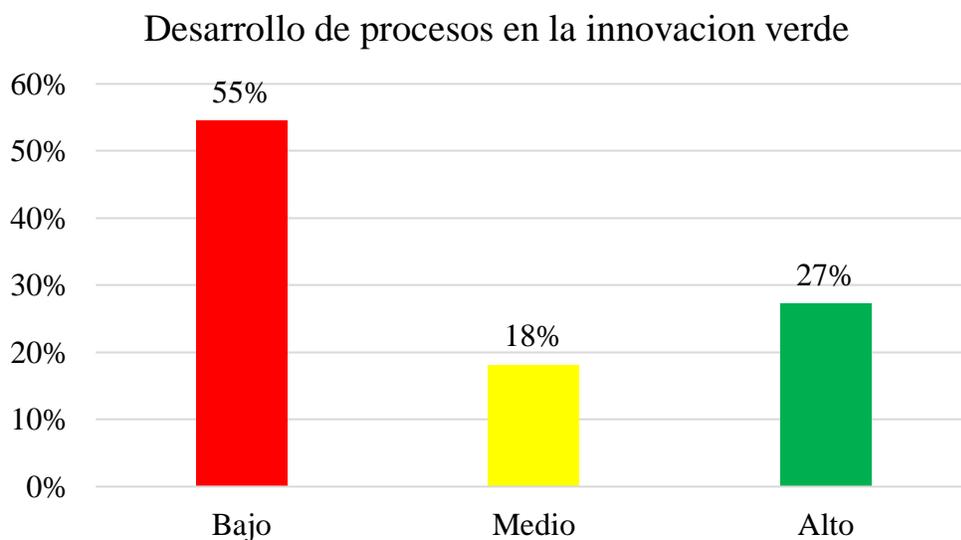
Utilización de energías renovables en el proceso de elaboración del queso fresco, según centro poblado

Centros poblados	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Total
Quengorrio		100.0%		100.0%
La Hualanga		100.0%		100.0%
El Tambo	6.7%	86.7%	6.7%	100.0%
La Colpa		87.5%	12.5%	100.0%
Marcolaguna	20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
Llaucan		90.0%	10.0%	100.0%
El Romero		85.7%	14.3%	100.0%
Total	3.0%	89.4%	7.6%	100.0%

En la figura 7, se observa los niveles de los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, donde el 55% del total (36 productores) tiene un nivel bajo, mientras el 27 % (18 productores) posee un nivel alto, así mismo el nivel medio es el menos frecuente, con solo un 18% (12 productores) respectivamente.

Figura 7

Niveles de la innovación verde en los productores de queso fresco



4.4 Análisis de la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde

4.4.1 Prueba de normalidad

Para evaluar el nivel de normalidad en la distribución de los datos estadísticos, es necesario determinar previamente qué prueba de hipótesis se empleará. Según Hernández et al. (2014, p. 300), una distribución muestral es un conjunto de valores obtenidos de una estadística calculada a partir de todas las muestras posibles de un tamaño específico dentro de una población. Si los datos presentan una distribución normal ($p > 0,05$), se aplicarán pruebas estadísticas paramétricas; en caso contrario, si no cumple con el supuesto de normalidad ($p \leq 0,05$), se utilizará el coeficiente Rho de Spearman. A continuación, se detalla.

a) Prueba de normalidad de hipótesis

Para determinar la normalidad de los datos, se planteó hipótesis de normalidad de la siguiente manera:

- H0: Los datos siguen una distribución normal
- H1: los datos no siguen una distribución normal

La Tabla siguiente muestra, el análisis de normalidad utilizando la prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov. Para las dos variables estudiadas, el coeficiente de significancia estadística ha sido menor a 0.05, por lo que se descarta la hipótesis nula y se adopta la hipótesis sugerida.

Este hallazgo señala que las variables “responsabilidad social empresarial” y “desarrollo de procesos en la innovación verde” no poseen una distribución normal. Por lo tanto, emplearemos una distribución estadística no paramétrica de Rho de Spearman (ver tabla 101).

Tabla 101

Prueba de normalidad de las hipótesis H1, H1a, H1b, H1c

	Kolmogorov- Smirnova		
	Estadístico	gl.	Sig.
Responsabilidad Social Empresarial	0.120	66	0.019
Innovación verde	0.163	66	0.000
Económica	0.224	66	0.000
Social	0.185	66	0.000
Ambiental	0.145	66	0.002

4.4.2 Contrastación de las hipótesis de investigación

a. Prueba de hipótesis específica H1a

A continuación, se muestra la prueba de hipótesis H1a para la dimensión económica

H1a: La dimensión económica se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

Los resultados de las correlaciones de la dimensión económica con el desarrollo de procesos en la innovación verde demostraron que si existe correlación y estadísticamente significativa al nivel de ,031 el coeficiente Rho de Spearman (Rho= ,266*) es directa y el grado de correlación positiva media (Hernández et al., 2014). Dando como resultado que, a mayor económica, mayor es el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco, (ver Tabla 102). Estos resultados concuerdan con los hallazgos de Shahzad et al. (2019); Grazzi et al. (2019); Yazıcı y Çiçeklioğlu (2025) quienes encontraron que la dimensión económica tiene una relación positiva y significativa en el desarrollo de procesos en la innovación verde.

Tabla 102

Prueba de hipótesis de económica y desarrollo de procesos en la innovación verde

	Económica	Desarrollo de procesos en la Innovación Verde
Económica	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1.00
	Sig. (Bilateral)	,266*
	N	.031
Desarrollo de Procesos en la Innovación verde	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	66
	Sig. (Bilateral)	,266*
	N	.031
		66

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

b. Prueba de hipótesis específica H1b

A continuación, se muestra la prueba de hipótesis H1a para la dimensión social

H1a: La dimensión social se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

Los resultados de las correlaciones de la dimensión social con el desarrollo de procesos en la innovación verde demostraron que si existe correlación y estadísticamente significativa al nivel de ,002 el coeficiente Rho de Spearman ($Rho = ,374^{**}$) es directa y el grado de correlación positiva media (Hernández et al., 2014). Dando como resultado que, a mayor social, mayor es el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco, (ver Tabla 103). Estos resultados concuerdan con los hallazgos de Shahzad et al. (2019); Grazzi et al. (2019); Yazıcı y Çiçeklioğlu (2025) quienes encontraron que la dimensión social tiene una relación positiva y significativa en el desarrollo de procesos en la innovación verde.

Tabla 103

Prueba de hipótesis de social y desarrollo de procesos en la innovación verde

		Social	Desarrollo de procesos en la Innovación Verde
Social	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1.00	,374**
	Sig. (Bilateral)		.002
	N	66	66
Desarrollo de Procesos en la Innovación verde	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,374**	1.000
	Sig. (Bilateral)	.002	
	N	66	66

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

c. Prueba de hipótesis específica H1c

A continuación, se muestra la prueba de hipótesis H1c para la dimensión ambiental

H1a: La dimensión ambiental se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

Los resultados de las correlaciones de la dimensión ambiental con el desarrollo de procesos en la innovación verde demostraron que si existe correlación y estadísticamente significativa al nivel de $<.001$ el coeficiente Rho de Spearman ($Rho = ,618^{**}$) es directa y el grado de correlación positiva considerable (Hernández et al., 2014). Dando como resultado que, a mayor ambiental, mayor es el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco, (ver Tabla 104). Estos resultados concuerdan con los hallazgos de (Dahlsrud, 2008; Torugsa et al., 2013); (Ning et al., 2017); Shahzad et al. (2019); Ruan et al. (2022); Grazzi et al. (2019); Yazıcı y Çiçeklioğlu (2025) quienes encontraron que la dimensión ambiental tiene una relación positiva y significativa con el desarrollo de procesos en la innovación verde.

Tabla 104

Prueba de hipótesis de la ambiental y desarrollo de procesos en la innovación verde

		Ambiental	Desarrollo de procesos en la Innovación Verde
Ambiental	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1.00	,618**
	Sig. (Bilateral)		<.001
	N	66	66
Desarrollo de Procesos en la Innovación verde	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	,618**	1.000
	Sig. (Bilateral)	<.001	
	N	66	66

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

d. Prueba de hipótesis general

A continuación, se muestra la prueba de la hipótesis H1.

H1: La responsabilidad social empresarial se relaciona con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca, 2023 – 2024

Los resultados de las correlaciones de la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde demostraron que si existe una correlación y estadísticamente significativa al nivel de $<.001$ el coeficiente Rho de Spearman ($Rho = ,561^{**}$) es directa y el grado de correlación positiva considerable (Hernández et al., 2014). Estos resultados concuerdan con los hallazgos de (Kraus et al., 2020; Le 2022; Novitasari & Tarigan 2022; Pan et al., 2021; Wan et al., 2023; Mo et al., 2022; Javeed et al., 2022; Ruan et al., 2022; Hang et al., 2022; Nureen et al., 2023) quien en sus investigaciones encontraron que la responsabilidad social empresarial existe una relación positiva con el desarrollo de procesos en la innovación verde. Sin embargo, por otro lado, otros estudios encontraron contradictoriamente a estos resultados, Mithani, (2017); Gallego-Álvarez et al. (2011) han encontrado que la relación de la responsabilidad social empresarial sobre la innovación verde es negativa, (ver tabla 105).

Tabla 105

Prueba de hipótesis de la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde

	Responsabilidad social empresarial	Desarrollo de Procesos en la Innovación verde
Responsabilidad social empresarial	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1.00
	Sig. (Bilateral)	,561**
	N	66
Desarrollo de Procesos en la Innovación verde	Coeficiente de correlación Rho de Spearman	1.000
	Sig. (Bilateral)	<.001
	N	66

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

4.4.3 Resultado de la prueba de hipótesis en el estudio y el modelo hipotetizado

Las relaciones observadas entre las variables se resumen a continuación. Esto se investigó en el estudio y se muestra en la Tabla 106. Esto también se refleja en el marco del modelo teórico propuesto. Analizar los resultados extraídas de pruebas de hipótesis, ya sean generales o específicas, se observó que todas las hipótesis planteadas se confirmaron de forma positiva y precisa. Estadísticamente significativo. Además, la Figura 8 proporciona una representación gráfica del modelo teórico e incorporando valores de correlación relevante.

Tabla 106*Resultado de la prueba de hipótesis*

Hipótesis	Relación	B	P-Valué	Decisión
H1	RSE - DPINV	0,561**	<.001	No se rechaza
H1a	EC - DPINV	0,266*	.031	No se rechaza
H1b	SC - DPINV	0,374**	.002	No se rechaza
H1c	AM - DPINV	0,618**	<.001	No se rechaza

RSE = Responsabilidad Social Empresarial

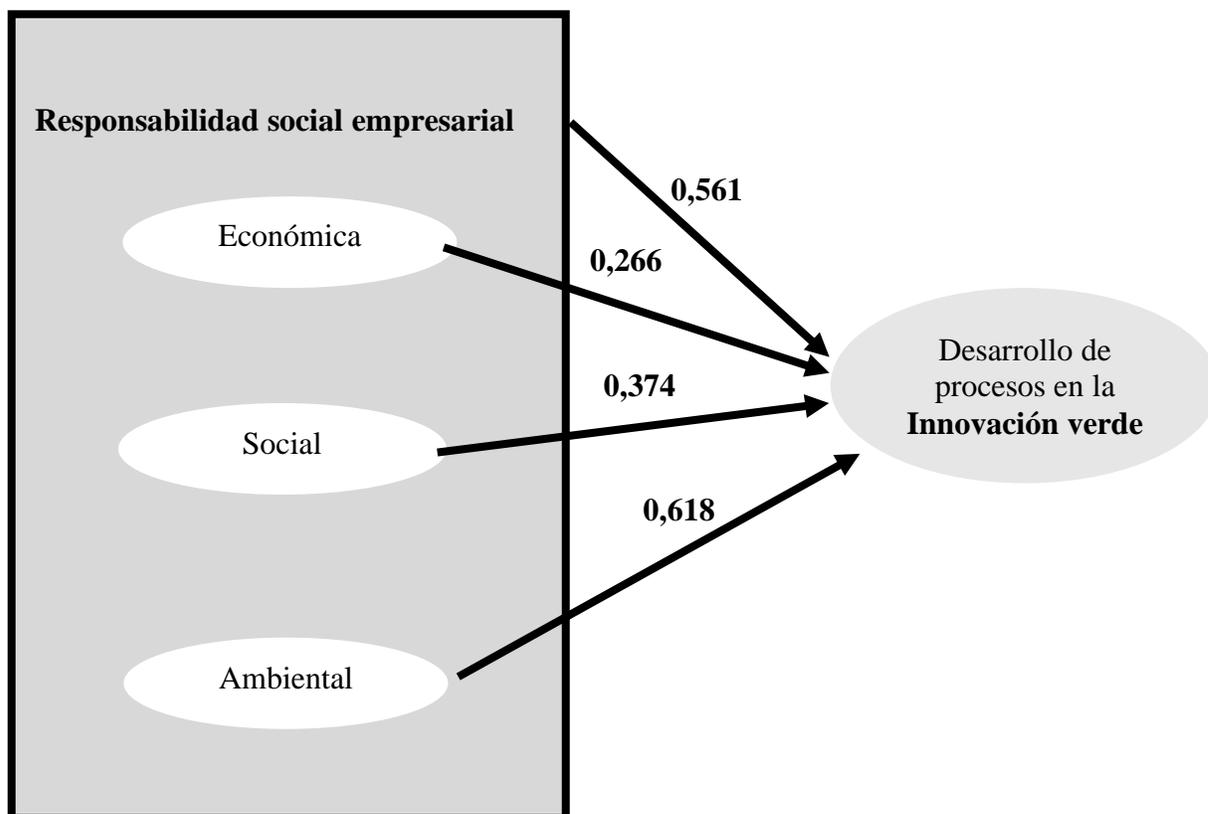
INV = Desarrollo de procesos en la Innovación Verde

EC = Económica

SC = Social

AM = Ambiental

Figura 8 *Modelo teórico de la investigación*



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

La investigación concluye que existe una relación positiva y significativa entre la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco del distrito de Bambamarca ($Rho = 0,561^{**}$, $P < 001$). Esto confirma que a medida que los productores adoptan prácticas más responsables en términos sociales, económicos y ambientales, también tienden a implementar acciones que contribuyen al desarrollo sostenible de sus actividades que realizan.

La relación entre la económica y desarrollo de procesos en la innovación verde, se concluye que existe una relación positiva de ($Rho = 0,266^{*}$). Esto implica que los productores de queso fresco poseen una moderada sostenibilidad económica en sus negocios, así como la reinversión y la eficiencia en el uso de los recursos, he impulsar al desarrollo sostenible.

Concerniente al aspecto social, se evidenció una relación positiva con el desarrollo de procesos en la innovación verde, respaldada por el coeficiente de relación de ($Rho = 0,374^{**}$). Esto da a detallar que a medida que los productores de queso fresco fortalecen sus prácticas sociales, como el bienestar social, la participación comunitaria y el acceso equitativo a recursos y oportunidades.

Finalmente, con respecto al factor ambiental, existe una relación positiva con el desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco ($Rho = 0,618^{**}$). Esto demuestra que, las prácticas orientadas a la protección del medio ambiente, como la gestión adecuada de residuos y el uso eficiente de los recursos naturales, están significativamente asociadas con la implementación de procesos de innovación verde.

El aporte principal de esta investigación es la relación positiva entre la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en los productores de queso fresco de Bambamarca. Esto se evidencia que fortalecer los aspectos económicos, sociales y ambientales con la innovación verde. En consecuencia, este estudio llena un vacío existente en la literatura al determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en productores de queso fresco, en consecuencia, esta investigación ofrece una base conceptual que impulsa a futuras investigaciones a investigar en otros contextos.

Finalmente, esta investigación es el primer estudio que determina la relación entre responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en el Perú, centrándose específicamente en el distrito de Bambamarca. Su principal importancia es abordar la temática dentro del sector lácteo, el cual es fundamental para la economía local.

5.2 Recomendaciones

Dado que la muestra en esta investigación es muy pequeña y geográficamente limitada al distrito de Bambamarca, el cual se recomienda para futuras investigaciones ampliar el estudio en otras regiones. Esto permitirá comprender con más claridad la relación entre responsabilidad social empresarial y desarrollo de procesos en la innovación verde en un contexto más amplio representativo. Tomando en cuenta por ser la primera investigación estudiada.

Se recomienda que las instituciones públicas como la Municipalidad distrital de Bambamarca, el Gobierno regional, capaciten en promover la asociatividad, capacitación en asistencia técnica y fortalezcan la sostenibilidad ambiental. En este sentido, estas instituciones deben tomar en cuenta los resultados de esta investigación para que, en sus intervenciones, se contemple la responsabilidad social empresarial junto el desarrollo de procesos en la innovación

verde en los productores de queso, dado que ambas son fundamentales para mejorar la competitividad de los productores. Finalmente se recomienda a futuras investigaciones investigar la responsabilidad social empresarial y la innovación verde en otros contextos o empresas de la región.

CAPÍTULO VI

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaldering, L. J., & Song, C. H. (2019). Tracing the technological development trajectory in post-lithium-ion battery technologies: A patent-based approach. *Journal of Cleaner Production*, 241, 118343. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118343>
- Abanto Quintana, O. (2022). La responsabilidad social corporativa y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio en la provincia de Chota, 2021. Recuperado de: <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/5740>
- Abbas, J., & Sağsan, M. (2019). Impact of knowledge management practices on green innovation and corporate sustainable development: A structural analysis. *Journal of cleaner production*, 229, 611-620. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.024>
- Abinzano, I., González-Álvarez, K., & Zabaleta, I. (2023). Dimensión económica y dimensión social de la empresa social. ¿Cómo influye la concreción de los fines fundacionales? REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 1(144), e87971.
- Acosta-Véliz, M., Lovato-Torres, S., & Buñay-Cantos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. 0000-0002-6543-9749
- Acuña, N., Figueroa, L., & Wilches, M. J. (2017). Influencia de los Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001 en las organizaciones: caso estudio empresas manufactureras de Barranquilla. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(1), 143-153. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000100143>

- Agudelo Viana, L. G., & Aigner Aburto, J. M. (2008). Diseños de investigación experimental y no-experimental. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/2622>
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & gestión*, (32), 1-26. ISSN 1657-6276
- Aguilera-Caracuel, J., & Ortiz-de-Mandojana, N. (2013). Innovación verde y desempeño financiero: un enfoque institucional. *Organización y Medio Ambiente*, 26 (4), 365-385. <https://doi.org/10.1177/1086026613507931>
- Aguinis, H. (2011). Organizational responsibility: Doing good and doing well. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol. 3. Maintaining, expanding, and contracting the organization* (pp. 855–879). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12171-024>
- Alayo Pescorán, S. R., Huamán Cusichaqui, M. G., Alvarado Carbajal, I. Y., Oyola Cueva, M. M., & Bueno Otaño, G. V. (2021). Influencia de la innovación abierta en el rendimiento financiero a través de la responsabilidad social Empresarial en el sector manufacturero en economías emergentes. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12640/2906>
- Albort-Morant, G., Henseler, J., Leal-Millán, A., & Cepeda-Carrión, G. (2017). Mapeo del campo: un análisis bibliométrico de la innovación verde. *Sostenibilidad*, 9 (6), 1011. <https://doi.org/10.3390/su9061011>
- Albort-Morant, G., Leal-Millán, A., & Cepeda-Carrión, G. (2016). Los antecedentes del desempeño de la innovación verde: un modelo de aprendizaje y capacidades. *Revista de Investigación Empresarial*, 69 (11), 4912-4917. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.052>

- Ali, N., Phoungthong, K., Techato, K., Ali, W., Abbas, S., Dhanraj, J. A., & Khan, A. (2022). FDI, Green innovation and environmental quality nexus: New insights from BRICS economies. *Sustainability*, *14*(4), 2181. <https://doi.org/10.3390/su14042181>
- Anser, M. K., Zhang, Z., & Kanwal, L. (2018). Moderating effect of innovation on corporate social responsibility and firm performance in realm of sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *25*(5), 799-806. <https://doi.org/10.1002/csr.1495>
- Anucha, V. C., & Anaweokhai, J. O. (2023). GREEN SHIPPING PRACTICES AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE OF MARITIME COMPANIES IN NIGERIA. *BW Academic Journal*, 18-18. Recuperado de: <https://bwjournal.org/index.php/bsjournal/article/view/1327>
- Argandoña, A. (2009). ¿Puede la responsabilidad social empresarial ayudar a entender la crisis financiera? *Barcelona: Universidad de Navarra*. Recuperado de: <https://www.academia.edu/download/73866661/di-0790.pdf>
- ASIF, M., ANWAR, N., & AHMED, S. (2018). THE IMPACT OF GREEN INNOVATION ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN DIFFERENT INDUSTRIES OF PAKISTAN. In *Oxford Conference Series January 2018* (p. 48). ISBN: 978-1-911185-57-4.
- Awan, A. W., Kamal, Y., Rafique, M., & Khan, S. (2012). Corporate social responsibility in Pakistan economy. *Awan, AW, Kamal, T., Rafique, M., Khan, S., & SZABIST, I. (2012). Corporate Social Responsibility in Pakistan Economy. Business & Economic Review*, *2*(1), 1-31. Recuperado de: <https://ssrn.com/abstract=2943368>

- Azam, T., Songjiang, W., Jamil, K., Naseem, S., & Mohsin, M. (2022). Measuring green innovation through total quality management and corporate social responsibility within SMEs: green theory under the lens. *The TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2022-0160>
- Barboza, S. L. A., Vásquez, M. G. B., Mejía, J. A. P., & Aguilar, M. N. R. (2024). ECONOMÍA CIRCULAR Y SU IMPACTO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 11(1), 252-269. <https://doi.org/10.26495/xxnnqp58>
- Barnett, M. L. (2007). Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. *Academy of management review*, 32(3), 794-816. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275520>
- Basana, SR, Suprpto, W., Andreani, F. y Tarigan, ZJH (2022). *El impacto de la práctica de la cadena de suministro en el desempeño de los hoteles ecológicos a través de la integración interna, upstream y downstream* (tesis doctoral, Petra Christian University). Recuperado de: <https://repository.petra.ac.id/19442/>
- Bezzola, S., Günther, I., Brugger, F. & Lefoll, E. (2022). CSR and local conflicts in African mining communities. *World Development*, 158, 105968. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.105968>
- Bizarrón, M. E. B. (2025). Análisis de las prácticas de la responsabilidad social empresarial de las micro y pequeñas empresas de Puerto Vallarta, Jalisco. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 15(30). <https://doi.org/10.23913/ride.v15i30.2252>

- Bocken, N. M., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of cleaner production*, 65, 42-56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Bodosca, S., & Diaconescu, D. M. (2015). Tourism development after the implementation of sustainable strategies in Neamt County. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 230-236. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.378>
- Borsatto, J. M. L. S., Bazani, C., & Amui, L. (2020). Environmental regulations, green innovation and performance: An analysis of industrial sector companies from developed countries and emerging countries. *BBR. Brazilian Business Review*, 17, 559-578. <https://doi.org/10.15728/bbr.2020.17.5.5>
- Broniewicz, E. (2017). Comparison of environmental protection costs and revenues in Portugal and Poland. *Teaching Crossroads: 12th IPB Erasmus Week*. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, 47-58. ISBN: 978-972-745-225-5
- Brown, B. J., Hanson, M. E., Liverman, D. M., & Merideth, R. W. (1987). Global sustainability: Toward definition. *Environmental management*, 11, 713-719. <https://doi.org/10.1007/BF01867238>
- Bunting, G., Huxtable, L., & Clement, M. (2006, July). Strategic solutions for resource efficiency. In *The 13th International Conference of the Greening of Industry Network—Integration and Communication: A Clear Route to Sustainability*. Recuperdo de: https://www.academia.edu/download/14259339/Bunting_Huxtable_Clement_Strategic_Solutions_for_Resource_Efficiency.pdf

- Cai, W., & Li, G. (2018). The drivers of eco-innovation and its impact on performance: Evidence from China. *Journal of cleaner production*, 176, 110-118. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.109>
- Cajiga Calderón, J. F. (2013). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Cemefi.
- Cano-Londoño, N., Heriberto, C., & Krisztián, B. (2022). Evaluación integrada de la sostenibilidad: exergía, emergía, evaluación del ciclo de vida. *Frontiers in Sustainability*, 3, 921874. <https://doi.org/10.3389/frsus.2022.921874>
- Carrión-Bósquez, N. G., Ortiz-Regalado, O., Veas-González, I., Naranjo-Armijo, F. G., & Guerra-Regalado, W. F. (2024). The mediating role of attitude and environmental awareness in the influence of green advertising and eco-labels on green purchasing behaviors. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.
- Carroll, A. B. (2009). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. En *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (Número July 2016). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0002>
- Charmondusit, K., Gheewala, S. H., & Mungcharoen, T. (2016). Green and sustainable innovation for cleaner production in the Asia-Pacific region. *Journal of Cleaner Production*, 134, 443-446. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.160>
- Chen, L., Hu, Z., Hu, X., & Xu, G. (2023). How do green industrial policies accelerate regional sustainability transition? A spatiotemporal evaluation of policy with a relationalist perspective. *Journal of Cleaner Production*, 404, 136797. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136797>

- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of business ethics*, *67*, 331-339. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9025-5>
- Chu, Z., Wang, L., & Lai, F. (2019). Customer pressure and green innovations at third party logistics providers in China: The moderation effect of organizational culture. *The International Journal of Logistics Management*, *30*(1), 57-75. <https://doi.org/10.1108/IJLM-11-2017-0294>
- Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social empresarial en América Latina: una visión empresarial*. Cepal.
- Costantini, V., & Mazzanti, M. (2012). On the green and innovative side of trade competitiveness? The impact of environmental policies and innovation on EU exports. *Research policy*, *41*(1), 132-153. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.08.004>
- Coussens, C., y Harrison, M. (Eds.). (2007). *Salud ambiental global en el siglo XXI: de la regulación gubernamental a la responsabilidad social corporativa: resumen del taller*. National Academies Press. ISBN 10 0-309-10380-0
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, *15*(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>
- Dai, X., Siddik, A. B., & Tian, H. (2022). Corporate Social Responsibility, Green Finance and Environmental Performance: Does Green Innovation Matter?. *Sustainability*, *14*(20), 13607. <https://doi.org/10.3390/su142013607>

- Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2010). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. *Journal of business ethics*, 95, 471-486. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0434-0>
- Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2010). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. *Journal of business ethics*, 95, 471-486. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0434-0>
- David, A., Addo, S. K., & Isaac, Y. K. (2024). Effect of green procurement practices on financial performance. *African Journal of Procurement, Logistics & Supply Chain Management*, 7(8), 13-40. <https://orcid.org/0000-0002-5709-4787>
- De la Cuesta González, M., & Martínez, C. V. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín económico de ICE*, (2755).
- Delgado Salinas, E. E. (2019). Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la satisfacción laboral de la empresa SEDALIB SA–distrito de Trujillo 2018. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/13694>
- Di Vaio, A., Hassan, R., Chhabra, M., Arrigo, E., & Palladino, R. (2022). Sustainable entrepreneurship impact and entrepreneurial venture life cycle: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 378, 134469. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134469>
- Diab, S. M., Al-Bourini, F. A., & Abu-Rumman, A. H. (2015). The impact of green supply chain management practices on organizational performance: a study of Jordanian food industries. *J. Mgmt. & Sustainability*, 5, 149. <http://dx.doi.org/10.5539/jms.v5n1p149>
- Díaz Muñoz, D., & Llamas Mejía, W. Y. (2018). Nivel de valor compartido que reciben los productores de queso de las redes empresariales del distrito de Hualgayoc, ámbito de

- intervención de Cedepas–Norte Cajamarca 2018. Recuperado de:
<https://hdl.handle.net/11537/23068>
- Domínguez, L. M. M. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial en las instituciones educativas. *Estudios sobre educación*, 27, 169-191. <https://doi.org/10.15581/004.27.169-191>
- Dubey, R., Gunasekaran, A., y Ali, SS (2015). Exploración de la relación entre liderazgo, prácticas operativas, presiones institucionales y desempeño ambiental: un marco para la cadena de suministro ecológica. *International Journal of Production Economics*, 160, 120-132. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.10.001>
- Dyllick, T., & Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. *Organization & environment*, 29(2), 156-174. <https://doi.org/10.1177/1086026615575176>
- Eiadat, Y., Kelly, A., Roche, F., & Eyadat, H. (2008). Green and competitive? An empirical test of the mediating role of environmental innovation strategy. *Journal of World business*, 43(2), 131-145. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.11.012>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental quality management*, 8(1), 37-51. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- Elkington, J. (2012). *Los zeronautas: rompiendo la barrera de la sostenibilidad*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203121351>
- España-Merchán, A. Y. (2023). Responsabilidad Social Empresarial hacia la implementación de prácticas ambientales en Ecuador. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 2(2), e475-e475. <https://doi.org/10.51252/race.v2i2.475>

- Estrada, Y., & Reyes, M. R. (2010). El bienestar laboral y su incidencia en la gestión exitosa de las empresas en el turismo. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 3(8), 18. www.eumed.net
- Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I. (2016). Measuring consumer perception of CSR in tourism industry: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 39-48. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.03.002>
- Fernando, Y., Jabbour, C. J. C., & Wah, W. X. (2019). Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: does service capability matter?. *Resources, conservation and recycling*, 141, 8-20. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.09.031>
- Ferreiro-Seoane, F. J., & Martínez-Azúa, B. C. (2019). Corporate Social Responsibility inside the best valued companies within the labor market. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 35(65), 3-17. <https://doi.org/10.25100/cdea.v35i65.7658>
- Figueroa Leguizamon, A. Y. (2016). *Análisis del Concepto de Ingreso desde la teoría contable y económica, que se encuentra presente en la regulación contable aplicada en Colombia en el año 2015* (Doctoral dissertation). Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/57774>
- Figueroa, G. M. A. (2021). Innovación verde: Indicadores y principales tendencias. *Gestión I+D*, 6(2), 12-49. ISSN: 2542-3142
- Fliaster, A., & Kolloch, M. (2017). Implementation of green innovations—The impact of stakeholders and their network relations. *R&d Management*, 47(5), 689-700. <https://doi.org/10.1111/radm.12257>

- Fontalvo Herrera, T. J., & Bolívar Córdoba, M. A. (2010). El sistema de gestión de la responsabilidad social empresarial como una estrategia para la prevención de la contaminación y de los riesgos profesionales. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11619/1634>
- Fortún, M. (28 de septiembre de 2019). *Bienestar social*. Recuperado el 26 de octubre de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/bienestar-social.html>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007). *Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success*. Yale University Press.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.
- Gallego-Álvarez, I., Manuel Prado-Lorenzo, J., & García-Sánchez, I. M. (2011). Corporate social responsibility and innovation: A resource-based theory. *Management Decision*, 49(10), 1709-1727. <https://doi.org/10.1108/00251741111183843>
- García González, M. E. (2005). Puntos de vista de la responsabilidad social corporativa (Points of view on social corporate responsibility). *Innovaciones de negocios*, 2(4), 313-328. 313-328, 2005
- García, E. V., & de Bedoya, A. M. (2020). *Ética, deontología y responsabilidad social empresarial*. ESIC.
- García, R. F. (2013). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Editorial Club Universitario. ISBN. 8499485758
- García-Piqueres, G., & García-Ramos, R. (2020). Is the corporate social responsibility–innovation link homogeneous?: Looking for sustainable innovation in the Spanish

- context. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 803-814. <https://doi.org/10.1002/csr.1845>
- García-Salazar, Á., Echeverri-Rubio, A., & Vieira-Salazar, J. A. (2021). Corporate Social Responsibility and Governance: A Review. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 206-231. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9389>.
- Ghaderi, Z., Mirzapour, M., Henderson, J. C., & Richardson, S. (2019). Corporate social responsibility and hotel performance: A view from Tehran, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 29, 41-47. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.007>
- Grazzi, M., Radaelli, V., Henriquez, P., Pufal, N., & López, S. (2023). ¿Cómo acelerar la innovación verde en América Latina y el Caribe y por dónde empezar?. *Washington, DC* <https://doi.org/10.18235/0004713>.
- Grazzi, M., Sasso, S., & Kemp, R. (2019). A conceptual framework to measure green innovation in Latin America and the Caribbean. *Washington DC, New York: Inter-American Development Bank*. <http://dx.doi.org/10.18235/0002082>
- Guinot, J., Barghouti, Z., & Chiva, R. (2022). Understanding green innovation: A conceptual framework. *Sustainability*, 14(10), 5787. <https://doi.org/10.3390/su14105787>
- Guoyou, Q., Saixing, Z., Chiming, T., Haitao, Y., & Hailiang, Z. (2013). Stakeholders' influences on corporate green innovation strategy: A case study of manufacturing firms in China. *Corporate social responsibility and environmental management*, 20(1), 1-14. <https://doi.org/10.1002/csr.283>
- Gurler, H. E. (2024). The impact of corporate social responsibility on green innovation: do industry, data type and region matter? a meta-analysis research. *Environment, Development and Sustainability*, 1-27. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-05277-y>

- Gutiérrez Machuca, O. A. (2021). La responsabilidad social empresarial y su influencia en el crecimiento empresarial de las Mypes de la ciudad de Cajamarca. Tesis de Posgrado. Recuperado de: <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4175>
- Haddad, EA, de Araújo, IF, de Almeida Vale, V., Sandoval, HD, Román, PAG, Rodríguez, LAC, & López, LJG (2021). Dimensiones del desarrollo local en la Región Pacífico colombiana. *Política y práctica científica regional*, 13 (4), 1348-1371. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12453>
- Hadj, T. B. (2020). Effects of corporate social responsibility towards stakeholders and environmental management on responsible innovation and competitiveness. *Journal of Cleaner Production*, 250, 119490. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119490>
- Handayani, R., Wahyudi, S., & Suharnomo, S. (2017). The effects of corporate social responsibility on manufacturing industry performance: The mediating role of social collaboration and green innovation. *Business: Theory and Practice*, 18, 152-159. <https://doi.org/10.3846/btp.2017.016>
- Hang, Y., Sarfraz, M., Khalid, R., Ozturk, I., & Tariq, J. (2022). Does corporate social responsibility and green product innovation boost organizational performance? a moderated mediation model of competitive advantage and green trust. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 5379-5399. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2026243>
- Hao, J., & He, F. (2022). Corporate social responsibility (CSR) performance and green innovation: Evidence from China. *Finance Research Letters*, 48, 102889. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102889>

- Hernández Sampieri, Roberto., Fernández Collado, Carlos., & Baptista Lucio, M. del Pilar. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández-Perlines, F. (2017). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño de las empresas familiares. *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability/Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad/Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade*, 11(3), 58-73. ISSN: 1988-7116
- Herrero, I., & Gómez-Mejía, L. R. (2024). So are family firms more sustainable? On the economic, social and environmental sustainability of family SMEs. *Business Strategy and the Environment*, 33(5),4243-4263. <https://doi.org/10.1002/bse.3699>
- Ibarra Cisneros, M. A., Vela Reyna, J. B., & Rios Nequis, E. I. (2022). Catalysts for hotel sector performance: Entrepreneurial orientation, corporate social responsibility, total quality management. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 10(24). <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2022.24.81708>
- Ishak, N. A., & Ahmad, H. (2011). Emerging themes of the leadership and green innovation of the government-linked companies. *IBIMA Business Review*. 10.5171/2011.507312
- Issa, T., Isaias, P., & Issa, T. (Eds.). (2017). Sustainability, green IT and education strategies in the twenty-first century. Cham, Switzerland: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57070-9>
- Jamali, D., Karam, C., Yin, J., & Soundararajan, V. (2017). CSR logics in developing countries: Translation, adaptation and stalled development. *Journal of World Business*, 52(3), 343-359. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.02.001>

- Jänicke, M. (2008). Ecological modernisation: new perspectives. *Journal of cleaner production*, 16(5), 557-565. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2007.02.011>
- Janmaimool, P., Chudech, S., Khajohnmanee, S. y Chontanawat, J. (2024). Comunicación de normas para aumentar los comportamientos de gestión sostenible de residuos de los clientes de entrega de alimentos. *Future Foods*, 9, 100288. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2023.100288>
- Javeed, S. A., Teh, B. H., Ong, T. S., Chong, L. L., Abd Rahim, M. F. B., & Latief, R. (2022). How does green innovation strategy influence corporate financing? corporate social responsibility and gender diversity play a moderating role. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8724. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148724>
- Jiménez-Parra, B., Alonso-Martínez, D., & Godos-Díez, J. L. (2018). The influence of corporate social responsibility on air pollution: Analysis of environmental regulation and eco-innovation effects. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1363-1375. <https://doi.org/10.1002/csr.1645>
- Jones, D. A., Willness, C. R., & Glavas, A. (2017). When corporate social responsibility (CSR) meets organizational psychology: New frontiers in micro-CSR research, and fulfilling a quid pro quo through multilevel insights. *Frontiers in psychology*, 8, 520. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00520>
- Kalamdhad, AS, Singh, J., y Dhamodharan, K. (2016). Avances en la gestión de residuos. *Actas seleccionadas de Recycle*, Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-0215-2>

- Kankam-Kwarteng, C., Donkor, G. N. A., & Forkuoh, S. K. (2022). Corporate social responsibility, marketing capabilities and consumer behavioral responses. *Revista de Gestão*, 29(4), 410-423. <https://doi.org/10.1108/REGE-08-2020-0068>
- Kankam-Kwarteng, C., Donkor, G. N. A., & Forkuoh, S. K. (2022). Corporate social responsibility, marketing capabilities and consumer behavioral responses. *Revista de Gestão*, 29(4), 410-423. <https://doi.org/10.1108/REGE-08-2020-0068>
- Kliksberg, B. (2013). *Ética para empresarios: Por qué las empresas y los países ganan con la responsabilidad social empresarial. Ética y economía: Distal.* <https://apunteca.usal.edu.ar/id/eprint/1169>
- Kong, Y. y Fu, Y. (2022). Reconocimiento y predicción de la acción humana: una encuesta. *Revista Internacional de Visión por Computadora*, 130 (5), 1366-1401. <https://doi.org/10.1007/s11263-022-01594-9>
- Kraus, S., Rehman, S. U., & García, F. J. S. (2020). Corporate social responsibility and environmental performance: The mediating role of environmental strategy and green innovation. *Technological forecasting and social change*, 160, 120262. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120262>
- Krishan, K (2023). Planes de microfinanzas para el desarrollo socioeconómico de los pueblos empobrecidos de las regiones castrense y subsahariana en Himachal Pradesh. <https://doi.org/10.31995/jgv.2023.v14i02.028>
- Kseniia, G., & Qiwen, D. (2021). DEFINITION OF THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN MODERN CONDITIONS. <https://doi.org/10.32782/2304-0920/2-87-4>

- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is sustainability?. *Sustainability*, 2(11), 3436-3448.
<https://doi.org/10.3390/su2113436>
- LA FAO, U. C. E. (1990). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado de:
https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/Employment/docs/Recruitment_brochure_final_Spanish2.pdf
- Laguir, I., Stekelorum, R., & El Baz, J. (2021). Going green? Investigating the relationships between proactive environmental strategy, GSCM practices and performances of third-party logistics providers (TPLs). *Production Planning & Control*, 32(13), 1049-1062.
<https://doi.org/10.1080/09537287.2020.1784483>
- Lara Manjarrez, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y negocios*, 22(43), 97-118.
<https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Lara, I. M. J., Corrales, A. M. S., & Brazales, Y. P. B. (2017). La responsabilidad social empresarial en la gestión administrativa. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 1147-1158.
<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.3.jun.1147-1158>
- Latif, K. F., Sajjad, A., Bashir, R., Shaukat, M. B., Khan, M. B., & Sahibzada, U. F. (2020). Revisiting the relationship between corporate social responsibility and organizational performance: The mediating role of team outcomes. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1630-1641. <https://doi.org/10.1002/csr.1911>
- Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green innovation transform corporate green strategy into sustainable firm performance? *Journal of Cleaner Production*, 362, 132228. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132228>

- Leitão, J., de Brito, S., & Cubico, S. (2019). Eco-innovation influencers: Unveiling the role of lean management principles adoption. *Sustainability*, *11*(8), 2225. <https://doi.org/10.3390/su11082225>
- León-Bravo, V., Moretto, A., Cagliano, R., & Caniato, F. (2019). Innovación para el desarrollo sostenible en la industria alimentaria: enfoques de innovación retrospectivos y prospectivos para mejorar la calidad y la salubridad. *Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Ambiental*, *26* (5), 1049-1062. <https://doi.org/10.1002/csr.1785>
- Levinsohn, J., & Petrin, A. (2003). Estimating production functions using inputs to control for unobservables. *The review of economic studies*, *70*(2), 317-341. <https://doi.org/10.1111/1467-937X.00246>
- Li, W., Bhutto, T. A., Xuhui, W., Maitlo, Q., Zafar, A. U., & Bhutto, N. A. (2020). Unlocking employees' green creativity: The effects of green transformational leadership, green intrinsic, and extrinsic motivation. *Journal of Cleaner Production*, *255*, 120229. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120229>
- Li, ZP, Ceong, HT y Lee, SJ (2021). El efecto de las capacidades operativas de blockchain en el desempeño competitivo en la gestión de la cadena de suministro. *Sustainability*, *13* (21), 12078. <https://doi.org/10.3390/su132112078>
- Ling, Y. H. (2019). Influence of corporate social responsibility on organizational performance: Knowledge management as moderator. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, *49*(3), 327-352. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-11-2018-0096>
- Llamoctanta Huamán, N. (2024). Ambidestreza organizacional y ventaja competitiva de procesos de queso fresco en la Provincia de Hualgayoc, 2023. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.14074/7072>

- Lu, J., Ren, L., Zhang, C., Rong, D., Ahmed, R. R., & Streimikis, J. (2020). Modified Carroll's pyramid of corporate social responsibility to enhance organizational performance of SMEs industry. *Journal of Cleaner Production*, 271, 122456. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122456>
- Mackenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Podsakoff, N. P. (2011). Construct Measurement and Validation Procedures in MIS and Behavioral Research: Integrating New and Existing Techniques. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 35, Issue 2).
- Madero-Gómez, S. (2020). Job satisfaction as a moderating effect between organizational practices of human resources and the strategic lines of corporate social responsibility in México. *Estudios Gerenciales*, 36(157), 391-401. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3790>
- Magrinos, S., Apospori, E., Carrigan, M., & Jones, R. (2021). Is CSR the panacea for SMEs? A study of socially responsible SMEs during economic crisis. *European Management Journal*, 39(3), 291-303. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.06.002>
- Mantulak, M. J., & Hernández Pérez, G. D. Gestión tecnológica como basamento del desempeño ambiental. Recuperado de: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/201200>
- Marietza, F. (2023). Corporate social responsibility disclosure, green innovation and corporate profitability. *Jurnal Akuntansi*, 13(1), 42-50. <https://doi.org/10.33369/jakuntansi.13.1.42-50>
- Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P., & Millán-Tudela, LA (2023). Analizando el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Rendimiento

- de la Innovación Verde en la industria vitivinícola española: un análisis de modelado de ecuaciones estructurales. *Agroindustria*. <https://10.1002/agr.21820>
- Martos-Pedrero, A., Cortés-Agu, F. J., & Jiménez-Castillo, D. (2019). The relationship between social responsibility and business performance: An analysis of the agri-food sector of southeast Spain. *Sustainability*, *11*(22), 6390. <https://doi.org/10.3390/su11226390>
- Mavisiun, I., Sumekar, W. y Legowo, AM (2024). EL ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO DE FLORES DE CRISANTEMO EN EL SUBDISTRITO DE BANDUNGAN EL DISTRITO DE SEMARANG. *Agrisocionómica: Revista de Socioeconomía Agrícola*, *8* (2), 379-394. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v8i2.20530>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, *26*(1), 117-127. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987>
- Milne, M. J., & Gray, R. (2013). W(h)itherecology?The triple bottom line, the global reporting initiative, and corporate sustainability reporting. *Journal of business ethics*, *118*, 13-29. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1543-8>
- Ministerio de Planificación y Desarrollo (2022). Proyecto de asistencia técnica para la reactivación productiva: Fortalecimiento de queserías rurales. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/06/PRODUCTO4PROYECTOSENPLADESFORTALECIMIENTOQUESERIASRURALES.pdf>
- Mithani, M. A. (2017). Innovation and CSR—Do they go well together?. *Long Range Planning*, *50*(6), 699-711. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2016.08.002>

- Mo, X., Boadu, F., Liu, Y., Chen, Z., & Ofori, A. S. (2022). Corporate Social Responsibility Activities and Green Innovation Performance in Organizations: Do Managerial Environmental Concerns and Green Absorptive Capacity Matter? *Frontiers in Psychology, 13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.938682>
- Montiel, I. (2008). Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures. *Organization & environment, 21*(3), 245-269. <https://doi.org/10.1177/10860266083213>
- Montt, G., Fraga, F., & Harsdorff, M. (2018). The future of work in a changing natural environment: Climate change, degradation and sustainability. *ILO Research Paper Series, Geneva: International Labour Office*. <http://hdl.voced.edu.au/10707/495502>
- Morocho, F. R. A., Donoso, D. N. B., Armas, C. S. B., & Satama, F. L. V. (2018). La innovación verde del modelo de negocio. *INNOVA Research Journal, 3*(6), 108-117. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n6.2018.564>
- Mukhtar, B., Shad, M. K., Woon, L. F., Haider, M., & Waqas, A. (2024). Integrating ESG disclosure into the relationship between CSR and green organizational culture toward green Innovation. *Social Responsibility Journal, 20*(2), 288-304. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2023-0125>
- Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability, 7*(3). <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N3.05>
- Nawrocka, D., & Parker, T. (2009). Finding the connection: environmental management systems and environmental performance. *Journal of cleaner production, 17*(6), 601-607. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.10.003>

- Nazri, M. A., Omar, N. A., Aman, A., Ayob, A. H., & Ramli, N. A. (2020). Corporate social responsibility and business performance in takaful agencies: The moderating role of objective environment. *Sustainability*, *12*(20), 8291. <https://doi.org/10.3390/su12208291>
- Newell, P., & Frynas, J. G. (2007). Beyond CSR? Business, poverty and social justice: an introduction. *Third world quarterly*, *28*(4), 669-681. <https://doi.org/10.1080/01436590701336507>
- Ning, L., Pan, X., & Xu, X. (2017, June). Corporate social responsibility, environmental product innovation and firm performance: Evidence from Chinese listed firms. In *2017 IEEE Technology & Engineering Management Conference (TEMSCON)* (pp. 350-359). IEEE. [10.1109/TEMSCON.2017.7998401](https://doi.org/10.1109/TEMSCON.2017.7998401)
- Ninlawan, C., Seksan, P., Tossapol, K., & Pilada, W. (2010, March). The implementation of green supply chain management practices in electronics industry. In *World Congress on Engineering 2012. July 4-6, 2012. London, UK*. (Vol. 2182, pp. 1563-1568). International Association of Engineers. Recuperado de: https://www.iaeng.org/publication/IMECS2010/IMECS2010_pp1563-1568.pdf
- Norman, W., & MacDonald, C. (2004). Getting to the bottom of “triple bottom line”. *Business ethics quarterly*, *14*(2), 243-262. <https://doi.org/10.5840/beq200414211>
- Novitasari, M., & Agustia, D. (2021). Green supply chain management and firm performance: The mediating effect of green innovation. *Journal of Industrial Engineering and Management*, *14*(2), 391-403. [10.3926/jiem.3384](https://doi.org/10.3926/jiem.3384)
- Novitasari, M., & Tarigan, Z. J. H. (2022). The role of green innovation in the effect of corporate social responsibility on firm performance. *Economies*, *10*(5), 117. <https://doi.org/10.3390/economies10050117>

- Nureen, N., Liu, D., Irfan, M., & Işık, C. (2023). Nexus between corporate social responsibility and firm performance: a green innovation and environmental sustainability paradigm. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(21), 59349-59365. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-26675-1>
- Ogiemwonyi, O., Alam, M. N., Hago, I. E., Azizan, N. A., Hashim, F., & Hossain, M. S. (2023). Green innovation behaviour: Impact of industry 4.0 and open innovation. *Heliyon*. Recuperado de: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(23\)03731-3.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(23)03731-3.pdf)
- Okafor, A., Adeleye, B. N., & Adusei, M. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: Evidence from US tech firms. *Journal of Cleaner Production*, 292, 126078. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126078>
- Ordóñez, A. I. G. (2022). Gestión ambiental desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial en las PYMES. *Universidad y Sociedad*, 14(S6), 616-624. <https://orcid.org/0000-0003-2209-2295>
- ORTIZ-CRIOLLO, J. F., SARANGO-LALANGUI, P., VALLADARES, J. A., & SANTOS, A. A. (2018). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Asociaciones Productivas de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(19). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/18391914.html>
- Ortiz-Regalado, O., & Guevara, R. (2024). Intellectual capital and financial performance in small manufacturing companies: the moderating effect of managerial ambidexterity. *IEEE Access*, 12, 75520-75531.
- Ortiz-Regalado, O., & Medina-Miranda, S. D. (2023). Influencia de la Informalidad en la competitividad de las microempresas de productos lácteos en el distrito de Bambamarca.

- Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 9481-9498.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.6043
- Ortiz-Regalado, O., Llamo-Burga, M., Carrión-Bósquez, N., Chávez-Gutiérrez, H., Guerra-Regalado, W., Veas-González, I., ... & Vidal-Silva, C. (2024). Unveiling millennials' perceptions of organic products: A grounded theory analysis in Ecuador and Peru. *Sustainability*, 16(12), 5230.
- Padilla-Lozano, C. P., & Collazzo, P. (2021). Corporate social responsibility, green innovation and competitiveness—causality in manufacturing. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 32(7), 21-39. <https://doi.org/10.1108/CR-12-2020-0160>
- Palakshappa, N., & Grant, S. (2018). Social enterprise and corporate social responsibility: Toward a deeper understanding of the links and overlaps. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 606-625. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2016-0131>
- Pan, X., Sinha, P., & Chen, X. (2021). Corporate social responsibility and eco-innovation: The triple bottom line perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 214-228. <https://doi.org/10.1002/csr.2043>
- Pansera, M. (2019). The Origins and purpose of Eco-Innovation. *Global Environment*, 4(7), 128–155. <https://doi.org/10.3197/ge.2011.040706>
- Pardave Mauricio, L. F. (2019). Innovación empresarial y la responsabilidad social Empresarial en las empresas del sector industrial de Huachipa, Lurigancho Chosica, 2019. Tesis de grado. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43731>
- Pardo, M. E. (2003). Guía de procesos para la elaboración de productos lácteos (Vol. 13). Convenio Andrés Bello. ISBN 958-698-108-8. Recuperado de:

- https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9J6vfzzOUpYC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Procesos+industriales+en+la+elaboraci%C3%B3n+de+productos+1%C3%A1lcteos.+&ots=VarIyRdDrW&sig=CcVtBzEg4c1lK8g7zBiv_kLLsAE
- Playán, I. F., Pérez, P. G., Salgado, C. M., Martínez, A. S., & Brum, M. C. (2010). Responsabilidad social empresarial en América Latina: Un panorama general. *Administración y organizaciones*, 12(24), 57-73. Recuperado de <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/176>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2018). Creating shared value: How to reinvent capitalism—And unleash a wave of innovation and growth. In *Managing sustainable business: An executive education case and textbook* (pp. 323-346). Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16
- Prabawani, B., Hadi, S. P., Wahyudi, F. E., & Ainuddin, I. (2023). Drivers and initial pattern for corporate social innovation: From responsibility to sustainability. *Heliyon*, 9(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16175>
- Presuttari, L. (2016). *Importancia de la responsabilidad social empresarial* (Bachelor's thesis). Tesis de grado. Recuperado de: <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/13053>
- Quiroz Carvajal, J. A. Análisis de la relación de la ética ambiental corporativa y la innovación verde sobre el desempeño organizacional y ambiental (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia). Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/85695>
- RAHUL, A. (2015). *POLÍTICAS Y PRÁCTICAS AMBIENTALES* (Tesis doctoral, Universidad de Madrás). Recuperado de: https://kcskasinadarcollege.in/naac/naac_2022/assets/criteria_1/1_3/1_3_2/EVS_Projects/Bsc_5.pdf

- Renderos Rivera, C. A. (2003). *Auditoría ambiental herramienta técnica necesaria para la formación académica del contador público* (Doctoral dissertation, Universidad de El Salvador). Recuperado de: <https://oldri.ues.edu.sv/id/eprint/11905>
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation—eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological economics*, 32(2), 319-332. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(99\)00112-3](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(99)00112-3)
- Restuningdiah, N. (2010). Kinerja Lingkungan Terhadap Return on Asset Melalui Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 14(2), 191-204. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v14i2.966>
- Reyes-Ramírez, L. A., Leyva-del Toro, C., Pérez-Campdesuñer, R., & Sánchez-Rodríguez, A. (2022). Variables de la responsabilidad social Empresarial. Un modelo de ecuaciones estructurales. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), 286-305. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.06>
- Robins, F. (2006). The challenge of TBL: a responsibility to whom?. *Business and society review*, 111, 1-14. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2006.00258>
- Rodríguez-Penelas, H. (2008). La cultura es también una Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Empresa y Humanismo*, 109-134. <https://doi.org/10.15581/015.11.33282>
- Román, S., Bodenstab, S., y Sánchez-Siles, LM (2022). Tensiones corporativas y motores de la innovación sostenible: un estudio cualitativo en la industria alimentaria. *European Journal of Innovation Management*, 25 (4), 925-947. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2020-0469>

- Romo-Jiménez, A. M. (2025). Responsabilidad social empresarial e innovación social en pequeñas y medianas empresas: objetivo 12. *Política, Globalidad y Ciudadanía*, 11(21), 89-106. <https://doi.org/10.29105/rpgyc11.21-283>
- Ron, R., & Santiago, A. (2024). Responsabilidad social empresarial y el marketing sostenible: una ruta hacia el desarrollo sustentable. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 29(107), 1059-1071. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.4>
- Rosales Purizaca, B. D. S. (2019). Responsabilidad social Empresarial y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE SAC, Sullana 2018. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42444>
- Rosca, E., Arnold, M., & Bendul, J. C. (2017). Business models for sustainable innovation—an empirical analysis of frugal products and services. *Journal of Cleaner Production*, 162, S133-S145. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.050>
- Rostamzadeh, R., Ghorabae, M. K., Govindan, K., Esmaili, A., & Nobar, H. B. K. (2018). Evaluation of sustainable supply chain risk management using an integrated fuzzy TOPSIS-CRITIC approach. *Journal of Cleaner Production*, 175, 651-669. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.071>
- Ruan, R., Chen, W., & Zhu, Z. (2022). Linking Environmental Corporate Social Responsibility with Green Innovation Performance: The Mediating Role of Shared Vision Capability and the Moderating Role of Resource Slack. *Sustainability*, 14(24), 16943. <https://doi.org/10.3390/su142416943>
- Sachs, JD (2015). La era del desarrollo sostenible. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/sach17314-014>

- SALTOS, M. A., & VELAZQUEZ, R. M. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43). Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/19404304.html>
- Samaniego-Arias, M., Chávez-Rojas, E., García-Umaña, A., Carrión-Bósquez, N., Ortiz-Regalado, O., Llamo-Burga, M., ... & Cando-Aguinaga, W. (2025). The Impact of Social Media on the Purchase Intention of Organic Products. *Sustainability*, 17(6), 2706.
- Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organization & environment*, 29(1), 3-10. <https://doi.org/10.1177/1086026615599806>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Ko6bCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Research+methods+for+business:+A+skill+building+approach.+john+wiley+%26+sons.&ots=2C6O__MZkP&sig=rKE0DY_m4-d6_-t6hsrwHCqFCyc
- Seman, N. A. A., Govindan, K., Mardani, A., Zakuan, N., Saman, M. Z. M., Hooker, R. E., & Ozkul, S. (2019). The mediating effect of green innovation on the relationship between green supply chain management and environmental performance. *Journal of cleaner production*, 229, 115-127. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.211>
- Severo, E. A., de Guimarães, J. C. F., & Dorion, E. C. H. (2018). Cleaner production, social responsibility and eco-innovation: Generations' perception for a sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 186, 91-103. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.129>
- Shahzad, M., Qu, Y., Javed, S. A., Zafar, A. U., & Rehman, S. U. (2020). Relation of environment sustainability to CSR and green innovation: A case of Pakistani

- manufacturing industry. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119938.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119938>
- Silva, M. (2020). La dimensión pedagógica de la equidad en educación superior. *Education Policy Analysis Archives*, 28, 46-46. <https://doi.org/10.14507/epaa.28.5039>
- Singh, M. P., Chakraborty, A., & Roy, M. (2016). Entrepreneurial commitment, organizational sustainability and business performance of manufacturing MSMEs: Evidence from India. *Int. J. Appl. Bus. Econ. Res*, 14(6), 4615-4631. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/309062422>
- Skordulis, M., Kyriakopoulos, G., Ntanos, S., Galatsidas, S., Arabatzis, G., Chalikias, M. y Kalantonis, P. (2022). El papel mediador de la estrategia empresarial en la relación entre el emprendimiento verde, la innovación verde y la ventaja competitiva: el caso de las empresas medianas y grandes en Grecia. *Sostenibilidad*, 14 (6), 3286. <https://doi.org/10.3390/su14063286>
- Smith, K. (2002). ISO considers corporate social responsibility standards. *The Journal for Quality and Participation*, 25(3), 42.
- Sobaih, A. E. E., Gharbi, H., Hasanein, A. M., & Elnasr, A. E. A. (2022). The Mediating Effects of Green Innovation and Corporate Social Responsibility on the Link between Transformational Leadership and Performance: An Examination Using SEM Analysis. *Mathematics*, 10(15), 2685. <https://doi.org/10.3390/math10152685>
- Song, W. y Yu, H. (2018). Estrategia de innovación verde e innovación verde: los roles de la creatividad verde y la identidad organizacional verde. *Responsabilidad Social Empresarial y Gestión Ambiental*, 25 (2), 135-150. <https://doi.org/10.1002/csr.1445>

- Sosa González, M., Riquelme Rivero, Y., & Diez Valladares, O. R. (2020). Consideraciones sobre el desarrollo local. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 309-315. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400309&script=sci_arttext&tlng=pt
- Thomas, LC (2014). El estado de la RSE en las empresas estadounidenses: un análisis de contenido de las organizaciones con los programas de RSE de mayor desempeño dentro de la lista Fortune 500. Brigham Young University. Recuperado de: <https://search.proquest.com/openview/ef11c99732ea04dd8679e18bde4e830c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social Empresarial: revisión de la literatura académica. Toro, Daniela. "El enfoque estratégico de la responsabilidad social Empresarial: revisión de la literatura académica". *Intangible Capital*, octubre-diciembre de 2006, vol. 2, núm. 14, p. 338-358. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2099/2942>
- Torugsa, N. A., O'Donohue, W., & Hecker, R. (2013). Proactive CSR: An empirical analysis of the role of its economic, social and environmental dimensions on the association between capabilities and performance. *Journal of business ethics*, 115, 383-402. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1405-4>
- Trebilcock, M., Ford, B., & Wilson, R. (2006). Integration of sustainability in the design process of contemporary architectural practice. Proceedings PLEA, Geneva. Recuperado de: http://web5.arch.cuhk.edu.hk/server1/staff1/edward/www/plea2018/plea/2006/Vol1/PLEA2006_PAPER724.pdf
- Ttito Ccama, J. C. (2024). Caracterización y análisis económico de la producción de quesos en la provincia de Espinar-Cusco. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12918/9457>

- Úbeda-García, M., Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., & Zaragoza-Sáez, P. (2021). Corporate social responsibility and firm performance in the hotel industry. The mediating role of green human resource management and environmental outcomes. *Journal of Business Research*, 123, 57-69. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.055>
- Urango Marchena, L. A. (2013). Elaboración de un queso fresco semigraso, adicionado con fructooligosacáridos (FOS)/Development of a fresh cheese semi-fat, with added fructooligosaccharides (FOS) (Doctoral dissertation). Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/11669>
- Ureña Espailat, H. J., Briones Penalver, A. J., & Bernal Conesa, J. A. (2022). Influencing responsible green innovation in Dominican agribusiness performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(3), 675-685. <https://doi.org/10.1002/csr.2228>
- Van Hoof, B., Monroy, N., & Saer, A. (2018). Producción más limpia: paradigma de gestión ambiental. Universidad de los Andes. ISBN 978-958-682-724-9.
- Varzaru, AA, Bocean, CG y Nicolescu, MM (2021). Rethinking Corporate Responsibility and Sustainability in Light of Economic Performance. *Sustainability*, 13(5), 2660. <https://doi.org/10.3390/su13052660>
- Vasilescu, R., Barna, C., Epure, M., & Baicu, C. (2010). Developing university social responsibility: A model for the challenges of the new civil society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4177-4182. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.660>
- Vasquez, V. R., & Whiting, W. B. (2004). Incorporating uncertainty in chemical process design for environmental risk assessment. *Environmental progress*, 23(4), 315-328. <https://doi.org/10.1002/ep.10050>

- Vázquez, D. G., & Hernández, M. I. S. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *UCJC Business and Society Review (formerly known as Universia Business Review)*, (38). Recuperado de <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/878>
- Velásquez, A. A., Rendón Salazar, A., & Sánchez Riofrío, A. M. (2015). Responsabilidad social Empresarial: el caso de Mutualista Pichincha. *Revista Ciencias Estratégicas*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/7867>
- Wan, J., Jin, Y., & Ji, H. (2023). Corporate Social Responsibility and Green Innovation: The Moderating Roles of Unabsorbed Slack Resources and Media Evaluation. *Sustainability*, 15(6), 4743. <https://doi.org/10.3390/su15064743>
- Wang, B., Peng, C., Wu, J., & Liao, F. (2022). The impact of political connections on corporate green innovation: the mediating effect of corporate social responsibility and the moderating effect of environmental public opinion. *Sustainability*, 14(8), 4708. <https://doi.org/10.3390/su14084708>
- Wang, Y. L., Shen, K. Y., Huang, J. Y., & Luarn, P. (2020). Use of a refined corporate social responsibility model to mitigate information asymmetry and evaluate performance. *Symmetry*, 12(8), 1349. <https://doi.org/10.3390/sym12081349>
- Wang, Y., Yang, Y., Fu, C., Fan, Z., & Zhou, X. (2021). Environmental regulation, environmental responsibility, and green technology innovation: *Empirical research from China*. *PLoS One*, 16(9), e0257670. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257670>
- Wood, MO (2012). Percepciones y respuestas organizacionales al entorno natural. Universidad de Western Ontario (Canadá). Recuperado de: <https://ir.lib.uwo.ca/etd/905>

- Wulf, E. (2018). *Responsabilidad social empresarial: Un desafío corporativo*. Universidad de La Serena.
- Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of business research, 101*, 697-706. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.010>
- Xie, X., Huo, J., Qi, G., & Zhu, K. X. (2015). Green process innovation and financial performance in emerging economies: Moderating effects of absorptive capacity and green subsidies. *IEEE Transactions on Engineering Management, 63*(1), 101-112. [10.1109/TEM.2015.2507585](https://doi.org/10.1109/TEM.2015.2507585)
- Yazıcı, AM, & Çiçeklioğlu, H. (2025). El papel moderador de la ética ambiental en el efecto de la conciencia de la innovación verde en la responsabilidad social corporativa. *Revista de Responsabilidad Social*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2024-0306>
- Yu, F., Jiang, D., & Wang, T. (2022). The impact of green innovation on manufacturing small and medium enterprises corporate social responsibility fulfillment: The moderating role of regional environmental regulation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 29*(3), 712-727. <https://doi.org/10.1002/csr.2231>
- Yu, Z., Youn, IJ, Alessa, N. y Borgi, H. (2023). ¿La dependencia de los recursos naturales crea la necesidad de innovación verde? *Política de recursos, 85*, 103946. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103946>
- Yuan, B., & Cao, X. (2022). Do corporate social responsibility practices contribute to green innovation? The mediating role of green dynamic capability. *School of Business, Central South University of Forestry and Technology, Changsha, 410004*. [10.1016/j.techsoc.2022.101868](https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101868)

- Yun, G., Yalcin, M. G., Hales, D. N., & Kwon, H. Y. (2019). Interactions in sustainable supply chain management: a framework review. *The International Journal of Logistics Management*, 30(1), 140-173. <https://doi.org/10.1108/IJLM-05-2017-0112>
- Yusr, M. M., Salimon, M. G., Mokhtar, S. S. M., Abaid, W. M. A. W., Shaari, H., Perumal, S., & Saoula, O. (2020). Green innovation performance! How to be achieved? A study applied on Malaysian manufacturing sector. *Sustainable Futures*, 2, 100040. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2020.100040>
- Zhang, Q., Zhang, J., & Tang, W. (2017). Coordinating a supply chain with green innovation in a dynamic setting. *4or*, 15, 133-162. <https://doi.org/10.1007/s10288-016-0327-x>
- Zhang, Y., Sun, J., Yang, Z., & Wang, Y. (2020). Critical success factors of green innovation: Technology, organization and environment readiness. *Journal of Cleaner Production*, 264, 121701. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121701>
- Zhou, G., Zhang, L., & Zhang, L. (2019). Corporate social responsibility, the atmospheric environment, and technological innovation investment. *Sustainability*, 11(2), 481. <https://doi.org/10.3390/su11020481>
- Zhou, S., Tiruneh, W. A., & Legese, M. A. (2023). The effect of corporate social responsibility on environmental performance: the mediating role of green innovation and green human resource management. *International Journal of Emerging Markets*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-02-2022-0211>

CAPITULO VII

ANEXOS

Anexo 1

Panel fotográfico de aplicación de encuestas a los productores de queso fresco





Anexo 2 Validación de Instrumento

Constructo	Dimensión	Preguntas validadas por expertos
Responsabilidad Social Empresarial	Económica	Cree que su negocio tiene la capacidad de continuar y crecer en el tiempo de manera sostenible (Crecimiento a Largo Plazo)
		Los ingresos de su negocio le permiten reinvertir en la mejora o expansión de la producción.
		Los ingresos de su negocio le permiten cubrir todos los costos de producción de manera eficiente.
		Considera que su negocio actual le genera ingresos suficientes para mantener un nivel de vida adecuado.
	Social	Considera que sus ingresos son suficientes para cubrir sus necesidades básicas y la de su familia.
		A través de este negocio percibe usted que se ha mejorado la salud y educación en su familia.
		Los trabajadores perciben que tienen condiciones laborales justas en su negocio.
		Percibe que el queso producido y distribuido es inocuo para el consumo de la población (inocuidad).
		En su comunidad ha sido reconocido siempre por su participación en apoyo de la población.
		Considera que en su negocio existe un trato justo para todos sus trabajadores.
		Todas las decisiones y acciones dentro del negocio, promueven la justicia social, reduciendo desigualdades y asegurando que nadie sea excluido o desfavorecido.
		Promueve la igualdad de oportunidades al contratar personal en su negocio.
	Ambiental	Ofrece oportunidades de capacitación a sus empleados.
		Las prácticas implementadas durante el proceso de producción contribuyen a reducir las emisiones que genera la leña, gas u otros combustibles que contaminan al medio ambiente.
		Ha implementado prácticas adecuadas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos (leche, suero y agua) durante la producción de queso fresco.
		Realiza prácticas adecuadas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables durante la producción de queso fresco.
		Realiza el manejo adecuado de residuos sólidos y líquidos, incluyendo la reutilización de subproductos como el suero de leche y la correcta disposición de desechos orgánicos e inorgánicos.

		<p>Implementa acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas (Conservación del Agua).</p> <p>Realiza procedimientos estrictos de control de calidad en cada etapa del proceso de producción, desde la recolección de la leche hasta el envasado del queso, para garantizar un producto seguro (Control de Calidad).</p>
Innovación Verde	Desempeño Ambiental	<p>Usted realiza acciones que evite el desecho de suero y otros residuos líquidos que contaminen el medio ambiente.</p>
		<p>Los desechos líquidos (suero y agua) generados durante el proceso de producción son reutilizados o tratados para minimizar la contaminación.</p>
		<p>Gestiona correctamente los residuos sólidos como plásticos, evitando que se acumulen en el entorno natural.</p>
		<p>Reduce el consumo de agua y electricidad en la producción de queso fresco.</p>
		<p>Promueve la reutilización de materiales de envases de plástico en el proceso de producción de queso fresco.</p>
		<p>Usa energías renovables en el proceso de elaboración del queso fresco.</p>

 <p>MBA Willy Darwin Llatas Días REGISTRO UNICO DE COLEGIACIÓN CLAD N° 39798</p>	
<p>MBA Willy Darwin Llatas Días</p> <p>DNI: 47099921</p>	<p>Dr (c) Rubén Iván Marchena Chanduvi</p> <p>DNI: 45246992</p>

Anexo 3

Cuestionario aplicado a los productores de queso fresco

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA EN AGRONEGOCIOS**

Investigación: “Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo de procesos en la Innovación Verde en los productores de queso fresco del Distrito de Bambamarca, 2023-2024”

I. Datos generales**1. Centro poblado:**

1. Quengorrio ()
2. El Tambo ()
3. La Colpa ()
4. Llaucan ()
5. El Romero ()
6. La Hualanga ()

2. Edad: -----**3. Sexo**

- Hombre ()
Mujer ()
Prefiero no contestar ()

4. Ocupación principal:

1. Agricultor ()
2. Artesano ()
3. Trabajador independiente ()
4. Ganadero ()
5. Otro (cuál)-----

5. Año de inicio de su negocio de queso fresco: -----

Responsabilidad Social Empresarial**Dimension económica*****Preguntas antecesoras***

- 6. ¿Piensa que su negocio tiene los recursos necesarios para mantenerse activo durante los próximos años?**
1. Si ()
 2. No ()
- 7. Cree usted que el ingreso en soles que genera su negocio a través de sus ventas:**
1. Aumentado ()
 2. Disminuido ()
 3. Mantiene ()
- 8. ¿Ha reinvertido parte de las ganancias en la compra de nuevos equipos o mejoras en las instalaciones?**
1. Si ()
 2. No ()
- 9. ¿Cuánto dinero ha reinvertido en mejoras y expansión de su negocio en el último año?**
-
- 10. ¿Cuál es el monto semanal de ingresos en soles que genera su negocio de queso fresco?**
-
- 11. ¿Cuánto gasta semanalmente en insumos como leche, cultivos lácticos, y sal para la producción de queso fresco?**
-
- 12. ¿Lleva un registro detallado de los gastos de producción del queso fresco?**
1. Si ()
 2. No ()
- 13. ¿Cree que su negocio de producción de queso fresco le permite cubrir sus necesidades básicas y las de su familia?**
1. Si ()
 2. No ()

Dimensión social***Preguntas antecesoras***

14. ¿Se siente económicamente satisfecho con los ingresos que genera su negocio actualmente?

1. Satisfecho ()
2. insatisfecho ()

15. ¿Cuál es el monto mensual de ingresos que destina para cubrir las necesidades básicas la de usted y su familia?

16. ¿Cuáles son sus otras fuentes de ingreso muy aparte del queso?

17. ¿Cómo describiría la situación económica de su familia antes de iniciar su negocio de queso fresco?

1. Muy buena ()
2. Buena ()
3. Regular ()
4. Mala ()
5. Muy mala ()

18. ¿Ha notado cambios en la calidad de vida de su familia desde que inició su negocio de producción de queso fresco?

1. Mucho ()
2. Poco ()
3. Igual ()

19. ¿Cuánto es el salario que paga a sus trabajadores durante el día?

20. ¿Considera que los salarios que ofrece a sus trabajadores son justos y adecuados para el trabajo que realizan?

1. Nunca. ()
2. Rara vez. ()
3. A veces. ()
4. Siempre. ()

21. ¿Realiza algún tipo de control o revisión para asegurar la higiene y calidad del queso fresco que produce?

1. Siempre ()
2. A veces ()
3. No realiza ()

22. ¿Utiliza herramientas o equipos específicos para asegurar la higiene durante el proceso de producción de queso?

1. Siempre utilizo ()
2. A veces utilizo ()
3. No utilizo ()

23. ¿Participa en alguna organización social que existe en su centro poblado?

1. Si. ()
2. No, (pase a la pregunta 25)

24. ¿Como considera su nivel de participación?

1. Alto. ()
2. Regular. ()
3. Baja. ()

25. Qué organización social existe en su centro poblado

26. ¿Usted escucha y resuelve de manera justa las quejas o problemas que puedan tener sus trabajadores?

1. Si. ()
2. No. ()

27. ¿Considera que todas las personas que trabajan en su negocio reciben un trato justo y respetuoso?

1. Si. ()
2. No. ()

28. ¿Considera que todas las personas, independientemente de su género, edad o experiencia, tienen las mismas posibilidades de ser contratadas en su negocio?

1. Si. ()
2. No. ()

29. ¿Las capacitaciones que ofrece son realizadas dentro de su negocio o participan de capacitaciones externas (cursos, talleres, etc.)?

1. Solo interna. ()
2. Solo externa. ()
3. Ambas. ()
4. Ninguna. ()

30. ¿Con qué frecuencia ofrece capacitación a sus empleados para mejorar sus habilidades en la producción de queso?

1. Nunca. ()
2. Rara vez. ()
3. A veces. ()
4. Frecuentemente. ()
5. Siempre. ()

Dimensión ambiental

Preguntas antecesoras

31. ¿Qué tipo de combustibles utiliza para calentar la leche en la producción de queso fresco?

1. Leña ()
2. Gas ()
3. Otros ¿Cuál?.....

32. ¿Considera que el uso de leña y gas en el proceso de producción contribuye a la contaminación del aire en su comunidad?

1. Si ()
2. No ()

33. ¿Con qué frecuencia considera que su quesería genera gases contaminantes como monóxido de carbono (CO) o dióxido de carbono (CO₂)?

1. Frecuentemente ()
2. Algunas veces ()
3. Raramente ()
4. Nunca ()

34. ¿Qué prácticas implementa para reducir la contaminación a través de estas emisiones?

35. ¿Durante la recepción de leche fresca, considera que siempre se genera derrames de leche?

1. Si ()
2. No ()

36. ¿Las aguas que ha utilizado en el proceso, pasan por un proceso de filtración o tratamiento antes de ser desechadas?

1. Si ()
2. No ()

37. Que es lo que hace con las aguas utilizadas, lo desecha directamente en el suelo o lo almacena en fuentes de agua.

38. ¿Considera que la reducción de residuos en la producción de queso tiene un impacto positivo en el medioambiente?

1. Si ()
2. No ()

39. Los envases o envolturas de protección que utiliza para su producto son:

1. Biodegradables ()
2. Reutilizables ()

40. ¿Realiza una práctica para separar y reciclar los empaques plásticos y otros materiales no biodegradables?

1. Si ()
2. No ()

41. ¿Qué es lo que hace con los materiales de limpieza desgastados?

42. ¿Ha implementado un plan para la gestión de residuos sólidos y líquidos en su negocio?

1. No ()
2. En proceso ()

3. Sí, pero no completo ()

4. Sí, completamente ()

43. ¿Qué tan familiarizado está con las prácticas para manejar los residuos sólidos y líquidos?

1. Familiarizado ()

2. No familiarizado ()

44. Qué subproductos, como el suero de leche, lo reutiliza como para:

1. Alimentación animal ()

2. Producción de otros productos ()

3. Ambas ()

4. No reutiliza ()

45. ¿Cómo maneja actualmente la disposición de desechos orgánicos e inorgánicos generados?

1. Separación y clasificación ()

2. Basura común ()

3. Reciclaje ()

4. Otro, (cual) -----

46. ¿Reutiliza el agua en alguna etapa del proceso productivo?

1. Si ()

2. No ()

47. ¿Indique la medida principal que ha realizado para reducir el consumo de recursos naturales en la producción de queso?

1. Uso eficiente del agua ()

2. Ahorro de energía ()

3. Todas las anteriores ()

4. Otro (especificar)-----

48. ¿Considera que los controles de calidad realizados en cada etapa del proceso de producción garantizan un producto seguro y de alta calidad?

1. Si ()

2. No ()

Desarrollo de procesos en la Innovación Verde

Preguntas antecesoras

- 49. ¿Qué es lo que hace con el suero de leche generado durante el proceso de producción de queso fresco?**

- 50. ¿Qué hace con las aguas una vez utilizadas lo vuelven a reutilizar o lo desecha?**

- 51. ¿Tiene algún plan para evitar el desecho de suero o aguas utilizadas?**
1. Si ()
 2. No ()
- 52. ¿A dónde son desechados los residuos líquidos durante el lavado y limpieza de equipos o materiales que se usó para el proceso de producción de queso fresco?**
1. Directamente al suelo ()
 2. Directamente al río o quebrada ()
 3. Lo almacena y lo vuelve a reutilizar ()
- 53. ¿Realiza alguna acción específica para evitar que el suero y otros residuos líquidos se viertan directamente en el ambiente?**
1. Si ()
 2. No ()
- 54. ¿Qué hace con los materiales plásticos, bolsas o empaques una vez que ya no los necesita y ha llegado a ser desgastado en su totalidad?**

- 55. ¿Dónde deposita los residuos sólidos que genera durante la producción de queso fresco?**

- 56. ¿Realiza alguna acción que ayude a reducir el consumo de recursos naturales como (agua y energía) en su producción de queso?**
1. No ()
 2. Rara vez ()
 3. A veces ()
 4. Siempre ()

57. ¿Qué tipo de envases utiliza para el prensado del queso fresco?

1. Plásticos ()
2. Madera ()
3. Acero inoxidable ()
4. Otro. ¿Cual?.....

58. ¿Los envases que utiliza para el prensado del queso fresco son reutilizables?

1. Si ()
2. No ()

59. ¿Ha considerado o implementado tecnologías específicas, como paneles solares o turbinas eólicas, en su negocio?

1. Si ()
2. No ()

60. ¿Cuáles son las razones principales para considerar el uso de energías renovables en su producción?

1. Reducción de costos. ()
2. Compromiso con el medio ambiente. ()
3. Mejora de la imagen del negocio. ()
4. Otro (especificar)-----

II. Información de variables

A continuación, le presentamos algunas afirmaciones en relación a la responsabilidad social empresarial e innovación verde. Estas afirmaciones pueden corresponder o no a su realidad particular. Por favor indique en qué grado usted está de acuerdo o en desacuerdo marcando con una “x” las siguientes afirmaciones.

Responsabilidad social empresarial

Al responder use la siguiente escala, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
Económico						
E1	Cree que su negocio tiene la capacidad de continuar y crecer en el tiempo de manera sostenible (Crecimiento a Largo Plazo).	1	2	3	4	5
E2	Los ingresos de su negocio le permiten reinvertir en la mejora o expansión de la producción.	1	2	3	4	5
E3	Los ingresos de su negocio le permiten cubrir todos los costos de producción de manera eficiente.	1	2	3	4	5
E4	Considera que su negocio actual le genera ingresos suficientes para mantener un nivel de vida adecuado.	1	2	3	4	5

Social						
S1	Considera que sus ingresos son suficientes para cubrir sus necesidades básicas y la de su familia.	1	2	3	4	5
S2	A través de este negocio percibe usted que se ha mejorado la salud y educación en su familia.	1	2	3	4	5
S3	Los trabajadores perciben que tienen condiciones laborales justas en su negocio.	1	2	3	4	5
S4	Percibe que el queso producido y distribuido es seguro para el consumo de la población (inocuidad).	1	2	3	4	5
S5	En su comunidad ha sido reconocido siempre por su participación en apoyo de la población.	1	2	3	4	5
S6	Considera que en su negocio existe un trato justo para todos sus trabajadores.	1	2	3	4	5
S7	Todas las decisiones y acciones dentro del negocio, promueven la justicia social, reduciendo desigualdades y asegurando que nadie sea excluido o desfavorecido.	1	2	3	4	5
S8	Promueve la igualdad de oportunidades al contratar personal en su negocio.	1	2	3	4	5
S9	Ofrece oportunidades de capacitación y promoción a sus empleados.	1	2	3	4	5

Ambiental						
A1	Las prácticas implementadas durante el proceso de producción contribuyen a reducir las emisiones que genera la leña, gas u otros combustibles que contaminan al medio ambiente.	1	2	3	4	5
A2	Ha implementado prácticas adecuadas para reducir la contaminación generada por residuos líquidos (leche, suero y agua) durante la producción de queso fresco.	1	2	3	4	5
A3	Realiza prácticas adecuadas de separación y reciclaje de materiales plásticos y desechos no biodegradables durante la producción de queso fresco.	1	2	3	4	5
A4	Realiza el manejo adecuado de residuos sólidos y líquidos, incluyendo la reutilización de subproductos como el suero de	1	2	3	4	5

	leche y la correcta disposición de desechos orgánicos e inorgánicos.					
A5	Realiza acciones de ahorro de agua y reciclaje de aguas. (Conservación del Agua).	1	2	3	4	5
A6	Implementa procedimientos estrictos de control de calidad en cada etapa del proceso de producción, desde la recolección de la leche hasta el envasado del queso, para garantizar un producto seguro (Control de Calidad).	1	2	3	4	5

Innovación Verde

Por favor indique en qué grado usted está de acuerdo o en desacuerdo marcando con una “x” las siguientes afirmaciones. Utilice la siguiente escala para responder.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni, en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
Desempeño ambiental						
IV1	Usted realiza acciones que evite el desecho de suero y otros residuos líquidos que contaminen el medio ambiente.	1	2	3	4	5
IV2	Los desechos líquidos (suero y agua) generados durante el proceso de producción son reutilizados o tratados para minimizar la contaminación.	1	2	3	4	5
IV3	Gestiona correctamente los residuos sólidos como plásticos, evitando que se acumulen en el entorno natural.	1	2	3	4	5
IV4	Reduce el consumo de agua y electricidad en la producción de queso fresco.	1	2	3	4	5
IV5	Promueve la reutilización de materiales de envases de plástico en el proceso de producción de queso fresco.	1	2	3	4	5
IV6	Usa energías renovables en el proceso de elaboración del queso fresco.	1	2	3	4	5

¡Muchas gracias por la información brindada!

Anexo 4 Costos de producción del queso fresco

N°	ACTIVIDAD	COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL DE PLANTAS QUESERAS				COSTO ANUAL
		UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO (S/.)	COSTO TOTAL	
I	COSTOS DIRECTOS				68,720.50	69,543.00
A.	MANO DE OBRA				17.50	840.00
	Operador de planta	Jornal	0.25	40.00	10.00	480
	Traslado de leche/100L	Jornal	0.25	30.00	7.50	360
2	INSUMOS				68,022.00	68,022.00
	Leche Fresca	Litro	54,750.00	1.20	65,700.00	65,700.00
	Cloruro de calcio	Kilogramos (0,02kgr/100L)	11	20.00	219.00	219.00
	Nitrato de potasio	Kilogramos (0,01kgr/100L)	5	15.00	82.13	82.13
	Pastilla	Unidad	789.00	1.00	789.00	789.00
	Sal	Kilogramos	1,642.50	0.75	1,231.88	1,231.88
B	MATERIALES Y EQUIPOS				681.00	681.00
	Paila Quesera doble fondo	Pailas	1.00	47.67	47.67	47.67
	Lira	Lira	1.00	7.38	7.38	7.38
	Moldes	Moldes	45.00	15.75	15.75	15.75
	Prensas (Cemento/Piedras)	10Kg	10.00	1.20	1.20	1.20
	Pailas	Pailas (200 Ltrs)	2.00	67.00	67.00	67.00
	Coladores	Coladores	2.00	3.67	3.67	3.67
	Mesas moldeo	Mesas	1.00	76.00	76.00	76.00
	Cocina	Cocina	1.00	10.83	10.83	10.83
	Andamios	Andamios	1.00	20.00	20.00	20.00
	Baldes Graduados (8 Ltrs)	Baldes	3.00	10.00	10.00	10.00
	Porongos	Porongos	6.00	86.80	86.80	86.80
	Galones	Galón	10.00	9.23	9.23	9.23
	Cubetas	Jabas	10.00	32.00	32.00	32.00
	Jarras	Jarra	2.00	1.80	1.80	1.80

	Balanza	Balanza	1.00	9.33	9.33	9.33
	Moto Carguera	Moto	1.00	253.33	253.33	253.33
	Balón de gas	Balón	1.00	7.14	7.14	7.14
	Tela para desuerar	Tela	25.00	15.00	15.00	15.00
	Paleta	Paleta	1.00	2.87	2.87	2.87
	Baldes 18 Ltrs	Baldes	10.00	4.00	4.00	4.00
II	COSTOS INDIRECTOS				610.00	2,020.00
A.	ACTIVOS FIJOS				530.00	1,940.00
	Combustible para motocarguera	Global	1.00	30.00	30.00	1,440.00
	Muebles y enseres	Global	1.00	500.00	500.00	500.00
C	SERVICIOS				80.00	80.00
	Planta quesera	Global	1.00	50.00	50.00	50.00
	Agua, Luz	Global	1.00	30.00	30.00	30.00
TOTAL					69,330.50	71,563.00
	Valor bruto de la producción VBP (Kg)					8,500.00
	Análisis de rentabilidad					
	Costo directo				CD	69,543.00
	Costo indirecto				CI	2,020.00
	Volumen de producción				CTP	8,500.00
	Costo unitario					8.42
	Margen de utilidad				30%	0.3
	Precio de venta					12.0