

## ARTÍCULO ORIGINAL

### LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE TINGO MARÍA.

#### *THE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPETITIVENESS OF THE TINGO MARÍA MYPES.*

Nebenka Caro<sup>1</sup>  
Inocente Salazar<sup>2</sup>

**Recibido:** 11 de julio de 2018

**Aceptado:** 23 de Setiembre de 2018

### RESUMEN

El objetivo del estudio consistió en determinar si existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad en un grupo de microempresarios (n=140). Se caracteriza por ser descriptivo correlacional, con un diseño no experimental de tipo transversal. Los datos se recogieron de fuentes secundarias y mediante la aplicación de un cuestionario de encuesta con un nivel de confiabilidad de ( $\alpha = 0.709$ ); para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva y para la verificación de las hipótesis se usó la prueba no paramétrica Rho de Spearman. Los propietarios y/o administradores de las Mypes de Tingo María, manifestaron estar realizando actividades de responsabilidad social siendo estas con mayor énfasis en la dimensión social (X=3.95), económica (X=3.92) y para la dimensión ambiental (X=3.70). Las acciones de responsabilidad social desarrolladas por las Mypes de Tingo María no contribuyen a la competitividad empresarial (R=0.232;  $p < 0.05$ ).

**Palabras clave:** Responsabilidad social, competitividad empresarial, dimensión económica, dimensión social, dimensión ambiental, dimensión interna, dimensión externa y Mype.

### ABSTRACT

The objective of the study was to determine if there is a relationship between social responsibility and competitiveness in a group of microentrepreneurs (n = 140). It is characterized by being descriptive correlational, with a non-experimental design of transversal type. Data were collected from secondary sources and by applying a survey questionnaire with a level of reliability of ( $\alpha = 0.709$ ); Descriptive statistics were used to analyze the data and Spearman's Rho non-parametric test was used to verify the hypotheses. The owners and / or administrators of the Mypes of Tingo María, said they were carrying out social responsibility activities, being these with greater emphasis on the social dimension (X = 3.95), economic (X = 3.92) and for the environmental dimension (X = 3.70). The social responsibility actions developed by the Mypes of Tingo María do not contribute to business competitiveness (R = 0.232;  $p < 0.05$ ).

**Key Words:** Social responsibility, business competitiveness, economic dimension, social dimension, environmental dimension, internal dimension, external dimension and Mype.

<sup>1</sup> Licenciado en Administración, Magíster en Gestión Ambiental, Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú, Docente Asociado de la Facultad de Ciencias Económicas, UNAS, Tingo María, Perú. Email: nebenka.caro@unas.edu.pe

<sup>2</sup> Licenciado en Administración, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú. Doctor en Administración, Universidad Nacional Federico Villarreal, Lima, Perú. Docente Principal de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. Email: inosalazar@yahoo.com

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la estrategia de responsabilidad social forma parte del posicionamiento estratégico que debe desarrollar toda empresa, en que se generan valores compartidos con distintos grupos de interés. (Porter y Kramer, 2002, 2006), es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en las personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa. (Marchart, 2006). Para Portocarrero, Tarazona y Camacho (2006) la responsabilidad social, busca un impacto en tres niveles distintos: i) en los propios empleados de la empresa, ii) en las comunidades directamente vinculadas con la organización y iii) en la sociedad en general. Gallardo (2013), luego de haber analizado varios métodos para medir las actividades de Responsabilidad Social, concluye que se debe aplicar una escala bastante completa al incorporar el análisis de la dimensión económica, social y medioambiental que determinan la orientación del empresariado a la responsabilidad social. Una empresa logra competitividad, cuando formula e implanta con éxito una estrategia, que le permite obtener un retorno superior sobre el capital en ella invertido, incrementando de esta manera su valor económico y financiero de manera planificada. Por lo que hay que identificar de manera integral los principales factores, de competitividad interna como externa, que influyen en la capacidad Sistémica de las empresas. (Atahuichi, Velásquez, Espada y Arzabe, 2015). La investigación se desarrolló en la ciudad de Tingo María, buscando saber si los propietarios y/o administradores desarrollan acciones de responsabilidad social y si estas se relacionan con la competitividad de las Mypes estudiadas.

El objetivo principal de la investigación consistió en determinar si existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad en las Mypes de Tingo María.

## METODOLOGÍA

El estudio es de tipo básico, desarrollado a nivel descriptivo correlacional. Para la recogida de datos se recurrió a fuentes secundarias y primaria ya que se aplicó un cuestionario de encuesta a los propietarios y administradores de las Mypes (n= 140), se empleó el método descriptivo con diseño no experimental de tipo transversal, Para el análisis se empleó estadística descriptiva (técnicas numéricas y gráficas) y estadística

inferencial (Rho de Spearman), cuyo diseño de investigación se muestra en la (Figura 1):

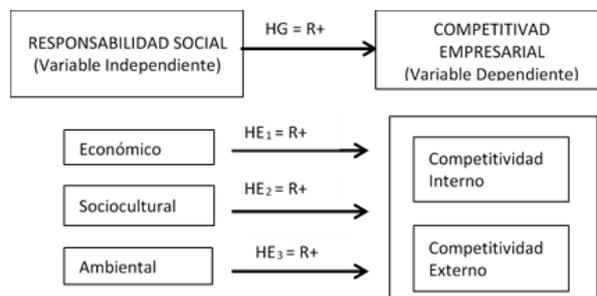


Figura 1. Diseño de investigación.

El cuestionario estuvo compuesto de 33 ítems, agrupados en tres dimensiones como es la responsabilidad social económica, sociocultural y ambiental. El tamaño de la muestra fue determinado por muestreo estratificado aleatorio.

## RESULTADOS

### Responsabilidad social.

La Responsabilidad Social es una mega tendencia que está redefiniendo la conducta de las organizaciones y se está volviendo una de las influencias más importantes en el desempeño de una organización, en relación con el entorno social en el que opera y sus impactos en el ambiente natural (Remy, 2011), siempre desde una perspectiva voluntaria, más allá del mero cumplimiento de la legislación nacional existente, que exceden los mínimos requeridos (si es el caso), por parte de las empresas. (Vives, Corral y Isusi, 2005). Las organizaciones ejercen responsabilidad social cuando prestan especial atención a las expectativas que, sobre su comportamiento, tienen los diferentes stakeholders, suponiendo un planteamiento estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la entidad, creando valor en el largo plazo y contribuyendo de forma significativa a la obtención de ventajas competitivas duraderas (AECA, 2004). Los propietarios y/o administradores de las Mypes de la ciudad de Tingo María manifiestan realizar acciones de responsabilidad social en términos aceptables, según la figura presentada podemos visualizar que tienen mayor énfasis en el aspecto social ( $X=3.95$ ), quizás debido a que existe una alta rotación de personal sobre todo de mano de obra no calificada (según opinión de los investigadores) seguido de la dimensión económica ( $X=3,92$ ) pues se enfocan en obtener utilidades y finalmente la dimensión ambiental ( $X=3.70$ ), siendo la más baja ya que al parecer aún les falta tomar conciencia de la problemática

ambiental y del impacto que generan sus negocios, como se visualiza en la (Figura 2).

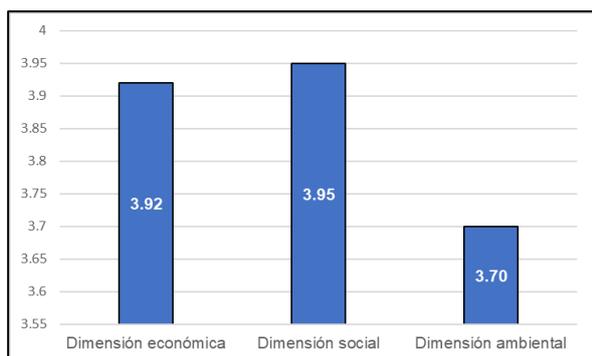


Figura 2. Análisis de la responsabilidad social.

Fuente: Encuesta aplicada.

Las Mypes, unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Emprender, 2017). Pero en el cumplimiento de sus objetivos no debe generar impactos negativos en su entorno, es por ello que la responsabilidad social se plantea desde tres dimensiones, teniendo para el primer análisis a la dimensión económica cuyos indicadores muestran un comportamiento bastante aceptable ya que la mayoría supera el (X=4.5), lo cual indica que en las Mypes las acciones de responsabilidad social tienen orientación económica como se visualiza en la (Figura 3).

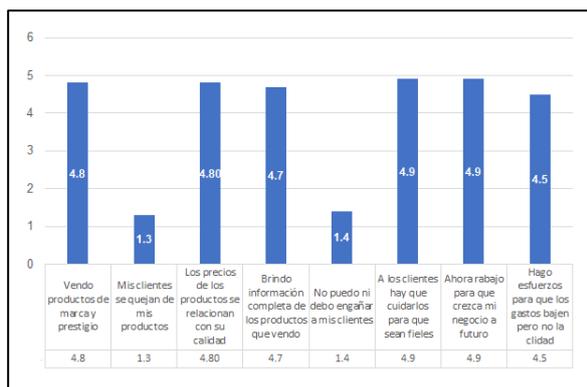


Figura 3. Análisis de la dimensión económica.

Fuente: Encuesta aplicada.

Para el segundo análisis la dimensión social también presenta indicadores superiores al promedio, muestran un comportamiento que en su mayoría supera el (X=2.7), lo cual indica que en las Mypes las acciones de responsabilidad social tienen orientación social aceptables lo cual quizás se deba a la alta rotación de personal que

presentan las Mypes en Tingo María (según opinión de los investigadores) como se visualiza en la (Figura 4).

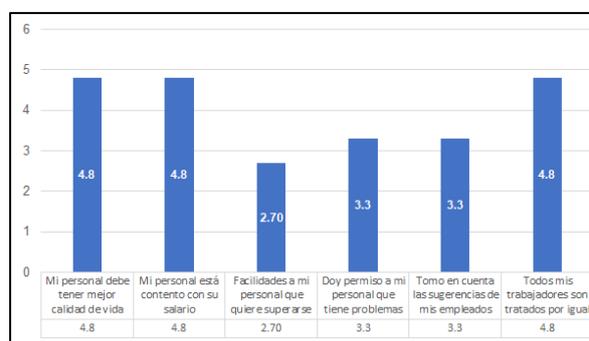


Figura 4. Análisis de la dimensión social.

Fuente: Encuesta aplicada.

Para el tercer análisis la dimensión ambiental presenta indicadores con mayor variación, pero aceptables, al parecer los propietarios y/o administradores de las Pymes aun no toman conciencia del daño ambiental que puede generar su negocio, pero a pesar de ello hacen acciones de responsabilidad social con la finalidad de no contaminar el medio ambiente, como se visualiza en la (Figura 5).

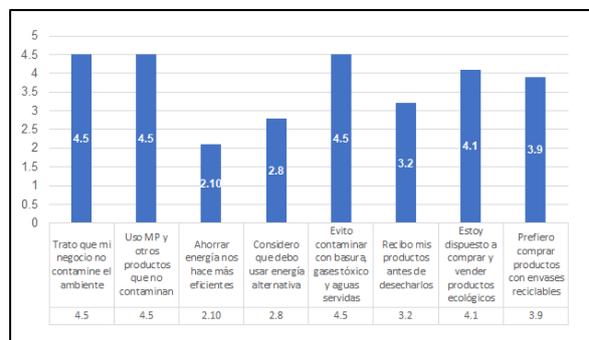


Figura 5. Análisis de la dimensión ambiental.

Fuente: Encuesta aplicada.

### Competitividad empresarial en las Mypes.

Solleiro y Castañón (2005), señalan que el desempeño competitivo de la empresa depende en primera instancia de su capacidad para administrar los elementos internos que se encuentran bajo control. La competitividad empresarial hoy en día es considerada un tema fundamental en los sectores económicos; es decir, el proceso de mundialización exige a las organizaciones ser eficientes y eficaces en el manejo de los recursos financieros, humanos, naturales, tecnológicos entre otros, para poder

enfrentar el reto que representa el mercado (Labarca, 2007).

La competitividad empresarial tiene dos vertientes la interna y la externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de la organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. La empresa ha de competir contra sí misma como expresión de su continuo esfuerzo de superación. Por su parte, la competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector al que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, esta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo (Guibert, 2009).

Al hacer el análisis de los resultados obtenidos de la variable dependiente Competitividad Empresarial tenemos que los propietarios de las Mypes de la ciudad Tingo María valoran con mayor calificativo a la Dimensión externa (X=4.89), es decir hacen más acciones con la finalidad de posicionar su imagen y con menor calificación a la Dimensión interna (X=4.47).

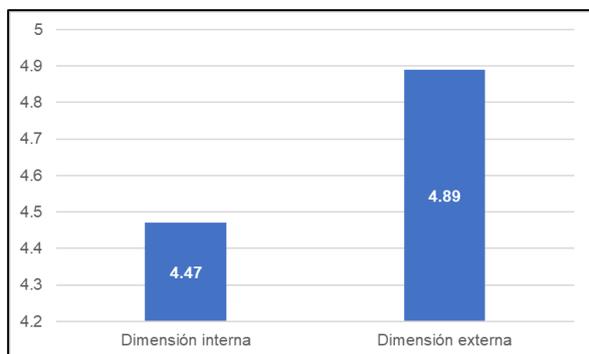


Figura 6. Evaluación de la competitividad empresarial.

Fuente: Encuesta aplicada.

En el análisis de la dimensión interna se determinó que los propietarios de las Mypes en Tingo María tienen la capacidad de organizar su negocio para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación, pues los indicadores lo muestran así ya que todos superan el (X=2.5), en resumen todos los indicadores revelan que los propietarios de las Mypes obtienen el máximo rendimiento de sus recursos disponibles como podemos visualizar en la (Figura 7).

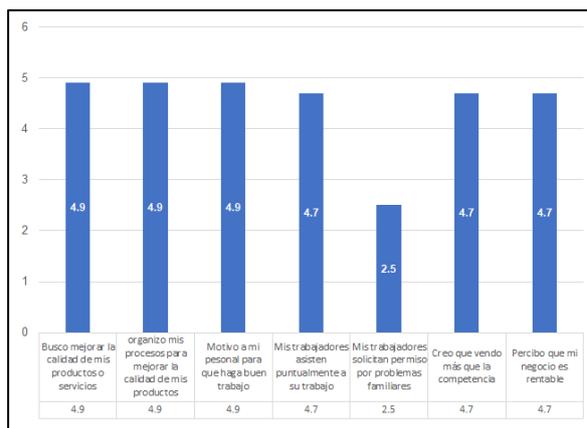


Figura 7. Evaluación de la dimensión interna de la competitividad empresarial.

Fuente: Encuesta aplicada.

Del análisis de la dimensión externa, se determinó que los propietarios de las Mypes en Tingo María están orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector al que pertenece, de una forma bastante importante ya que todos los indicadores obtuvieron un promedio superior a (X=4.8) por lo que podemos decir que las empresas tienen altos logros en el contexto de mercado en el sector que pertenecen, como podemos visualizar en la (Figura 8).

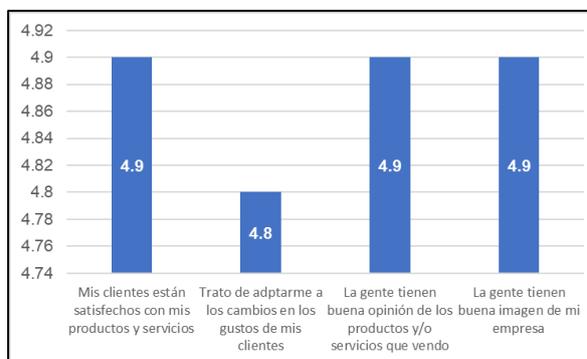


Figura 8. Evaluación de la dimensión externa de la competitividad empresarial.

Fuente: Encuesta aplicada.

### Verificación de hipótesis.

La hipótesis general se ha planteado en el sentido de que acciones de responsabilidad social desarrolladas por las Mypes contribuyen a la competitividad empresarial en la ciudad de Tingo María, mediante el modelo de correlación de rangos de Spearman, se halló una correlación significativa  $Rho = 0.232$  ( $p=0.006 < 0.05$ ) sin embargo, es evidente que la relación es baja; es

decir, los propietarios y/o administradores de las Mypes consideran que las actividades de responsabilidad social no contribuyen a la competitividad empresarial (Tabla 1).

Tabla 1. Correlación de la variable responsabilidad social y competitividad de las Mypes.

		Responsabilidad social empresarial	Competitividad de las Mypes
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .,232** .,006
	Competitividad de las Mypes	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	.,232** .,006 1,000
		N	140

Fuente: Encuesta aplicada

Las acciones de responsabilidad social realizada en la dimensión económica tienen una correlación conjunta  $R = 0.196$  ( $p = 0.019 < 0.05$ ) respecto a la competitividad empresarial el cual indica que también es baja (Tabla 2).

Tabla 2. Correlación de la dimensión económica y competitividad de las Mypes.

		Dimensión económica	Competitividad de las Mypes
Rho de Spearman	Dimensión económica	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .,196** .,019
	Competitividad de las Mypes	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	.,196** .,019 1,000
		N	140

Fuente: Encuesta aplicada

El análisis de la significancia de cada indicador, de la dimensión económica, se encontró que tres indicadores ( $DE2=0.14$ ,  $DE5=0.84$  y  $DE8=0.84$ ), no contribuyen significativamente ( $p > 0.05$ ) a la variación de la variable dependiente (Tabla 3).

Tabla 3. Correlación de los indicadores de la dimensión económica de la responsabilidad social

Dimensión económica	Correlación Rho Spearman	Significancia bilateral	Hipótesis que se acepta	Grado de correlación
DE1 Vendo productos de marca y prestigio	0.435	0.000	H1 alterna	Moderada
DE2 Mis clientes se quejan de mis productos	-0.123	0.147	Ho nula	Muy baja
DE3 Los precios de los productos tienen relación con su calidad	0.375	0.000	H1 alterna	Baja
DE4 Brindo información completa de los productos que vendo	0.301	0.000	H1 alterna	Baja
DE5 No puedo ni debo engañar a mis clientes	-0.457	0.841	Ho nula	Moderada
DE6 A los clientes hay que cuidarlos para que sean fieles	0.410	0.000	H1 alterna	Moderada
DE7 Ahora trabajo para que crezca mi negocio a futuro	0.321	0.000	H1 alterna	Baja
DE8 Hago esfuerzos para que los gastos bajen pero no la calidad	0.420	0.841	Ho nula	Moderada

Fuente: En base a las encuestas aplicadas.

Las acciones de responsabilidad social realizada en la dimensión social tienen una correlación conjunta  $R = 0.252$  ( $p = 0.003 < 0.05$ ) respecto a la competitividad empresarial de las Mypes en Tingo María. En ese sentido, la correlación es baja (Tabla 4).

El análisis de la significancia de cada indicador, de la dimensión social, se encontró que dos indicadores ( $DS3=0.47$  y  $DS4=0.44$ ), no contribuyen significativamente ( $p > 0.05$ ) a la variación de la variable dependiente (Tabla 5).

Tabla 4. Correlación para la segunda hipótesis dimensión social.

		Dimensión Social	Competitividad de las Mypes
Rho de Spearman	Dimensión Social	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .,252** .,003
	Competitividad de las Mypes	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	.,252** .,003 1,000
		N	140

Fuente: Encuesta aplicada

Tabla 5. Correlación de los indicadores de la dimensión social de la responsabilidad social

Dimensión económica	Correlación Rho Spearman	Significancia bilateral	Hipótesis que se acepta	Grado de correlación
DS1 Pienso que mi personal debe tener mejor calidad de vida	0.504	0.000	H1 alterna	Moderada
DS2 Siento que mi personal está contento con su salario	0.377	0.000	H1 alterna	Baja
DS3 Doy facilidades a mi personal que quiere superarse	-0.061	0.472	Ho nula	Muy baja
DS4 Doy permiso a mi personal que tiene problemas familiares	0.065	0.446	Ho nula	Muy baja
DS5 Tomo en cuenta las sugerencias de mis empleados	0.173	0.041	H1 alterna	Muy baja
DS6 Todos mis trabajadores son tratados por igual	0.338	0.000	H1 alterna	Baja

Fuente: En base a las encuestas aplicadas.

En cuanto a las acciones de responsabilidad social realizada en la dimensión ambiental, tienen una correlación conjunta  $R = 0.126$  la cual no es significativa ( $p = 0.139 > 0.05$ ) respecto a la competitividad empresarial de las Mypes en Tingo María, por tanto, la correlación también es baja (Tabla 6).

Tabla 6. Correlación para la tercera hipótesis dimensión ambiental.

		Dimensión Ambiental	Competitividad de las Mypes
Rho de Spearman	Dimensión Ambiental	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .,126** .,139
	Competitividad de las Mypes	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	.,126** .,139 1,000
		N	140

Fuente: Encuesta aplicada

Del análisis de la significancia de cada indicador, de la dimensión ambiental, se encontró que dos de ellos ( $DA4=0.14$  y  $DA6=0.40$ ), no contribuyen significativamente ( $p > 0.05$ ) a la variación de la variable dependiente (Tabla 7).

Tabla 7. Correlación de los indicadores de la dimensión ambiental de la responsabilidad social

Dimensión ambiental	Correlación Rho Spearman	Significancia bilateral	Hipótesis que se acepta	Grado de correlación
DA1 Trato que mi negocio no contamine el ambiente	0.367		H1 alterna	Baja
DA2 Uso en mi negocio MP y otros productos que no contaminan	0.254		H1 alterna	Baja
DA3 El ahorro de energías nos hace más eficientes	-0.228		H1 alterna	Baja
DA4 Considero que debo usar energía alternativa	-0.124		Ho nula	Muy baja
DA5 Evito contaminar con basura, gases tóxico y aguas servidas	0.355		H1 alterna	Baja
DA6 Recibo mis productos antes de desecharlos	-0.070		Ho nula	Muy baja
DA7 Estoy dispuesto a comprar y vender productos ecológicos	0.368		H1 alterna	Baja
DA8 Prefiero comprar productos con envases reciclables	0.304		H1 alterna	Baja

Fuente: En base a las encuestas aplicadas.

## DISCUSIÓN

El objetivo de la investigación fue determinar si existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad en las Mypes de Tingo María, para ello se formuló la hipótesis: Existe una relación directa y significativa entre la responsabilidad social y la competitividad en las Mypes de Tingo María, se aplicó un cuestionario de 33 ítems tipo Likert de 5 alternativas, a una muestra de (n=140) propietarios y/o administradores.

La variable independiente comprende los indicadores dimensión económica, dimensión social y dimensión ambiental, (Gallardo, Sánchez y Corchuelo, 2013), y la variable dependiente competitividad empresarial comprende los indicadores dimensión interna y dimensión externa, (Atahuichi, Velásquez, Espada y Arzabe, 2015)

Giubert (2009), en su libro denominado Responsabilidad Social Empresarial competitividad y casos de buenas prácticas en Pymes, cuyo objetivo de la investigación fue buscar la relación entre la implantación de la RSE y la competitividad, es decir la posición competitiva de una empresa o sector. Para lo cual hicieron una investigación a partir de la literatura internacional relevante en este campo, y el trabajo de campo se realizó en cuatro empresas pymes de guipuzcoano, con actividades de RSE, de perfiles variados y pertenecientes a sectores distintos de la economía. Y sobre todo las cuestiones que motivan a las Mypes para implantar prácticas de RSE. El método empleado fue la entrevista en profundidad (dos, tres o cuatro) con entrevista en las mismas empresas, se empleó como apoyo la guía G3 del Global Reporting Initiative del 2006, como resultado de la investigación se concluye que si existe relación directa entre la RSE y la competitividad en las empresas estudiadas influenciado por los factores éticos. Caso similar se hizo en la presente investigación pues se aplicó a diversos rubros empresariales, pero a través de encuestas, obteniéndose como resultado que, si existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad en las Mypes de Tingo María, pero baja ( $R = 0.232$ ).

Marín y Rubio (2007), en su investigación. La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico, se fundamenta en analizar las consecuencias de la aplicación de distintas dimensiones propias de la RSE sobre el éxito competitivo, después de analizar las teorías que soportan esta idea, se procede a aplicar una encuesta a una muestra de 144 empresas a través de una encuesta tipo Likert de 5 puntos,

realizada a través de e-mail a los gerentes de las empresas, que representan a varios sectores. Para los objetivos de este trabajo, se usó una prueba de diferencia de chi-cuadrado. Los resultados indican que el efecto de la RSC sobre el EC es mayor en aquellos sectores con alta competitividad, en los que la RSC supone una ventaja competitiva, mientras que es menor en sectores poco competitivos y, por tanto, las empresas siguen diferenciándose, ofreciendo ventajas tradicionales de marca, precio, calidad, distribución, etc. Al ser Tingo María una ciudad pequeña en el que aún no han incursionado supermercados con servicio diferenciado muchas de las Mypes siguen aplicando estrategias competitivas tradicionales como en la investigación anterior es por ello por lo que la correlación es baja, pues al parecer aun no lo ven como una opción importante.

López, Contreras y Molina (2011), “La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimenticio”. Para el desarrollo del presente trabajo se diseñó un instrumento de investigación denominado Encuesta EIEBAC 2009, A una muestra a 133 empresas, a través de cartas personalizadas y llamadas telefónicas, de las cuales se obtuvo una tasa de respuesta del 72%. En el Estado de Guanajuato, para fines de este estudio se analiza la responsabilidad social empresarial del sector de alimentos en 2 grupos una representada por 23 empresas, pertenecientes a la industria alimentaria y la otra con 22 de la industria de bebidas y del tabaco. Los resultados de este estudio mostraron que las empresas que se comportan de manera responsable son aquellas que han logrado permanecer más años en el mercado, tal vez porque las estrategias implementadas generan valor, y por ello son preferidas por los consumidores. Sin embargo, queda claro que la empresa implementa estrategias de RSE en función del rendimiento económico que espera obtener. En este sentido, las empresas tienen la convicción de que el comportamiento responsable genera mayores beneficios que costos, al atraer nuevos clientes, lograr fidelidad con los clientes actuales, generar confianza con los propietarios, hacer más eficientes los procesos, reducir costos, mejorar la calidad de los bienes y servicios, reducir costos operativos y atraer nuevas inversiones. Esto indica que aún impera el enfoque microeconómico y administrativo de la RSE, por lo que los empresarios no han comprendido el papel tan importante que tienen en la sociedad. Al igual que la investigación realizada las Mypes de Tingo María que conformaron la muestra de estudio ya tienen varios años en el mercado y son las preferidas por

los consumidores, asimismo implementan estrategias de RSE en función al rendimiento económico ( $X=3.92$ ) y social ( $X=3.95$ ) siendo más bajo para la dimensión ambiental ( $X=3.70$ ), por lo que podemos concluir que a pesar que si implementan actividades de RSE los conductores de las Mypes al parecer aun no comprende el papel importante que tiene esta estrategia en la sociedad.

Villafán y Ayala (2012) La responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad, el objetivo de la investigación fue el de conocer el nivel de RSE de las empresas aguacateras de Uruapan; para ello se elaboró un índice de RSE basado en el modelo analítico jerárquico (AHP).

El instrumento utilizado fue un cuestionario con escala de respuesta dicotómica, asignando el valor de 0 si las empresas no contaban con lo solicitado y valor de 1 en caso de contar con ello. Se aplicó en doce empresas agrícolas y agroindustriales, las cuales representan el 30% del total de empresas del sector de esta región. La información fue recabada de manera directa mediante entrevista personal durante el periodo de julio a diciembre de 2010.

De los resultados obtenidos se concluye que el 83% de las empresas están realizando acciones de RSE sin ser consideradas como tal y mucho menos está siendo considerado como una estrategia para las empresas. Según la presente investigación las Mypes también están realizando acciones de responsabilidad social en un nivel bajo ( $rs = 0.232$ ), de forma cotidiana, más bien innatas y por motivación personal de los propietarios, pero tampoco identifican estas acciones como estrategias que pueden coadyuvar a la competitividad empresarial

Hernández y Manrique (2017) en su investigación "La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca", cuyo objetivo fue analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de Ica, la población estaba conformada por 20 empresas agroexportadoras, se realizó entrevistas a profundidad, pero también se les aplicó una encuesta de 33 ítems tipo Likert de 4 categorías, del análisis estadístico de correlación de Pearson obtuvo para la dimensión social 0.379, para la dimensión económica 0.507 y para la dimensión medioambiental 0.574, por lo que en base a la investigación cualitativa y cuantitativa la responsabilidad social empresarial influye en el éxito competitivo de las empresas

agroexportadoras de uva fresca en la región de Ica, la cual responde de manera positiva, el estudio realizado también determina que si existe una relación directa entre nuestras dos variables responsabilidad social empresarial y competitividad. Lo cual es similar a la investigación, pero en menor proporción ya que para la dimensión social  $rs = 0.252$ , para la dimensión económica  $rs = 0.196$ , para la dimensión medioambiental  $rs = 0.126$ , todos ellos con una correlación baja.

Reyno (2007), en su investigación sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva, cuyos objetivos fueron analizar la transformación de la responsabilidad social en una variable competitiva de reconocimiento mundial. Un factor de éxito en los negocios, para lo cual dividió la investigación en tres partes primero se introdujo a los conceptos básicos de la RSE, segundo se buscó a conocer las motivaciones que mueven a la empresa a incorporar este concepto y el tercero la incorporación de la RSE a la empresa agrícola Manquillahue dedicada a la producción de fruta fresca como resultado se perciben beneficios tangibles como (reducción de costos operativos, mejora de la productividad, mejores ingresos, acceso a mercados y capital, gestión de recursos humanos, mejora del proceso ambiental, financiación más económica y contribución al crecimiento económico) entre los beneficios intangibles tenemos (valoración de la imagen institucional y la marca, mayor lealtad del consumidor, mayor capacidad de retener talentos, capacidad de adaptación, mejores relaciones con las autoridades, disminución de conflictos y posicionamiento y diferenciación de la marca).

En la presente investigación tenemos entre los beneficios tangibles similares a lo planteado por Reyno como la reducción de costos operativos, mejora de la productividad, mejores ingresos, gestión de recursos humanos, mejora del proceso ambiental, financiación más económica y contribución al crecimiento económico y entre los intangibles buena imagen de la empresa, fidelización de clientes, adaptación al cambio, mayor aporte del talento humano, reconocimiento de la comunidad, disminución de conflictos y diferenciación de la marca.

Las Mypes de Tingo María al igual que en el resto del país surgen por necesidad o como un factor de autoempleo muchas veces de forma empírica y desordenada en forma espontánea, sin ninguna planificación previa que incluya estrategias de gestión por lo que para lograr competitividad empresarial requerirán acelerar sus procesos de modernización y de cambio, si desean cumplir con las exigencias cada vez más complejas que la

sociedad impone para relacionarse con el entorno, así como para responder a los distintos requerimientos económicos, éticos, corporativos y sociales vinculados a su accionar.

Debido a que la ciudad de Tingo María es una zona con abundante vegetación los propietarios de las Mypes consideran poco importante al tema ambiental en el desarrollo de sus actividades, además de ello todas producen para el mercado local, en el cual tenemos clientes que tienen poco conocimiento de la estrategia de RSE por lo que no son muy exigentes, lo cual si es evidente para empresas que exportan y en el cual las exigencias ambientales son muy rigurosas, quizás sería bueno complementar esta investigación tomando en cuenta a los clientes y con ello corroborar lo que los propietarios de las Mypes perciben.

El estudio de la Responsabilidad social para las ciencias empresariales es importante ya que esta estrategia es un factor de competitividad y fundamental para la permanencia en el mercado de las Mypes en un entorno cada vez más competitivo con la incursión agresiva de los supermercados y nuevas modalidades de comercialización (on line), es por ello por lo que los empresarios no deben dejar de lado las acciones de Responsabilidad social

De este análisis podemos deducir que las acciones de responsabilidad social que realizan los propietarios y/o administradores de las Mypes en Tingo María, no son identificado por ellos como tal, ya que todavía se preocupan más por el enfoque económico y social dejando de lado los aspectos ambientales a través de estrategias tradicionales de la gestión de negocios.

Finalmente, el estudio presenta algunas limitaciones tales como la percepción de todos los stakeholders, tampoco hay disponibilidad de información de fuentes secundarias a nivel local, así como también quizás el desconocimiento de parte de los propietarios y/o administradores de las Mypes respecto a esta estrategia y su importancia en la mejora de su competitividad empresarial, les limita que puedan identificar en forma eficiente su accionar.

## CONCLUSIONES

1. Los propietarios de las Mypes de Tingo María desarrollan acciones de responsabilidad social que se relacionan con la competitividad de sus negocios, pero en un nivel bajo ( $r_s = 0.232$ ).
2. Entre las dimensiones de responsabilidad social las que obtuvieron una mayor significancia tenemos a la dimensión económica con ( $0.019 < 0.05$ ) y la dimensión

social ( $0.003 < 0.05$ ), mientras que la dimensión ambiental no es significativa ya que obtuvo un ( $0.139 > 0.05$ ). por lo que en las dos primeras se acepta la hipótesis alternante (H1) y en la última se acepta la hipótesis nula (H0).

3. En cuanto a la competitividad empresarial la dimensión externa es decir los logros de la organización en el contexto del mercado, obtuvo un mayor promedio ( $X=4.89$ ), es decir es más importante para los propietarios de la Mypes en Tingo María proyectarse hacia el exterior.
4. Para la dimensión interna de la competitividad que se refiere a la capacidad de la organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., obtuvo un menor promedio ( $X=4.47$ ).

## BIBLIOGRAFÍA

- Atahuichi Daniel, Velásquez Iván, Espada Javier y Arzabe Lilian, (2015) Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Teoría, tendencias y desafíos futuros para Bolivia. Fundación Konrad Adenauer (KAS). Editora Presencia SRL. La Paz Bolivia.
- Emprender (2017). Iniciando mi negocio. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>. Lima Perú.
- Gallardo Dolores; Sánchez María y Corchuelo María, (2013) Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review 16 (1) (2013) 11-23, Published by Elsevier España.
- Guibert Ucin, Jose María (2009). Responsabilidad Social Empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas en Pymes. Deusto. San Sebastián
- Hernández, D. y Manrique, G. (2017) La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las organizaciones.
- Labarca, Nelson (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. Universidad del Zulia

- López, Contreras y Molina (2011), “La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario”. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.
- Marín y Rubio (2007), La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. Murcia, España.
- Marchart, L. (2006). Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional, primera edición, Viña del Mar. Chile.
- Porter, M. y M.R. Kramer (2002), “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, Harvard Business Review, diciembre, 56-68
- Portocarrero, F., Tarazona, B. y Camacho, L. (2006) Situación de la responsabilidad social empresarial en la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú Universidad del Pacífico. Lima Perú
- Reyno, M. (2007) Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva.
- Remy, Paul (2011). Alcances y repercusiones de la ISO 26000. ISO 26000 Comité Perú. Lima Perú.
- Solleiro, J. y Castañón, R. (2005). Competitiveness and innovation systems: the challenges for México's. Technovation, 45, 1059-1070
- Villafán y Ayala (2012), “Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad” Universidad de Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
- Vives Antonio, Corral Antonio y Iñigo Isusi (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica. Subdepartamento de Empresa Privada y Mercados Financieros Banco Interamericano de Desarrollo. Washington. USA