



EN LA UAP
TÚ ERES PARTE
DEL CAMBIO

VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL
PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA
PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023

PRESENTADO POR

Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH
Código ORCID: 0000-0002-5607-1444

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL
EN CONEXIÓN AL TRABAJO Y EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO

ASESOR

Dr. JORGE BRINGAS SALVADOR
Código ORCID: 0000-0003-2011-4964

LIMA-PERÚ
2023

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	docplayer.es Fuente de Internet	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	skillsforemployment.org Fuente de Internet	1%

9	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	www.redalyc.org Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
12	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to unapiquitos Trabajo del estudiante	<1 %
14	Submitted to Universidad Politécnica del Perú Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
16	moam.info Fuente de Internet	<1 %
17	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
19	llamkasun.unat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	www.biblioteca.uma.es	

Fuente de Internet

<1 %

21

documentop.com

Fuente de Internet

<1 %

22

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

repositorio.upla.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

25

www.cybertesis.cl

Fuente de Internet

<1 %

26

vbook.pub

Fuente de Internet

<1 %

27

ruidera.uclm.es

Fuente de Internet

<1 %

28

M & D CONSULTING S.A.C.. "Modificación para Impactos Ambientales Negativos No Significativos para la Implementación de una Tercera Línea de Descarga de Materia Prima y Modificación de la Estrategia de Manejo Ambiental de la Planta de Harina y Aceite de Pescado con Capacidad Instalada Total de 159 t/h Ubicada en el Distrito de Rázuri, Provincia de Ascope y Departamento de La Libertad-

<1 %

29

BURMESTER SILVA SUSANA ARACELLI. "DIA del Proyecto Planta de Tratamiento de Residuos Sólidos de Establecimientos de Salud y Servicios Médicos de Apoyo en Trujillo-IGA0004041", R.D. N° 00123-2019-SENACE-PE/DEIN, 2021

Publicación

<1 %

30

ECOFISH S.A.. "EIA-SD para el Traslado Físico por Reubicación con Innovación Tecnológica de 30 t/h hacia la Planta donde se Desarrollan las Actividades de Procesamiento de Harina de Alto Contenido Proteico y Aceite de Pescado de 120 t/h y Enlatado de 9600 cajas/turno, para una Capacidad Acumulada de 150 t/h de Materia Prima, Ubicada en el Distrito de Paracas, Ica-IGA0011130", R.D. N° 215-2019-PRODUCE/DGAAMPA, 2020

Publicación

<1 %

31

FC INGENIERIA Y SERVICIOS AMBIENTALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA. "PAMA de la Planta Empacadora Agro Empaques SAFCO-IGA0011945", R.D.G. N° 442-2016-MINAGRI-DVDIAR-DGAAA, 2020

Publicación

<1 %

32

Submitted to Universidad de Celaya

Trabajo del estudiante

<1 %

33

DELPHOS QUALITY INGENIEROS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA. "Modificación del EIA-SD para el Incremento de Capacidad de la Planta de Congelados de Productos Hidrobiológicos de 163.64 t/día a 329.39 t/día, Incrementando Solo la Capacidad de Procesamiento de la Planta de Congelados que Opera la Empresa ESMERALDA CORP de 42.87 t/día a 208.62 t/día e Instalación de Tanque de Almacenamiento de Combustible Diésel para Grupos Electrógenos del Establecimiento Industrial Pesquero Ubicado en la Zona Industrial La Concordia, Distrito San Juan de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima-IGA0016755", R.D. N° 00003-2022-PRODUCE/DGAAMPA, 2022

Publicación

<1 %

34

repositorio.uigv.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

35

nanopdf.com

Fuente de Internet

<1 %

36

repositorio.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

37

repositorio.utelesup.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

38

EVALUACION Y GESTION AMBIENTAL
SOCIEDAD ANONIMA CERRADA EVAGAM
S.A.C.. "PAMA de la Planta de Tratamiento de
Residuos de Mezclas Oleosas-IGA0005401",
R.D. N° 1505/2006/DIGESA/SA, 2020

Publicación

<1 %

39

Submitted to Facultad Latinoamericana de
Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador

Trabajo del estudiante

<1 %

40

CESEL S A. "EIA del Proyecto Línea de
Transmisión Eléctrica en 220 kV S.E.
Pomacocha - S.E. Toromocho-IGA0014760",
R.D. N° 063-2013-GR-JUNIN/DREM, 2021

Publicación

<1 %

41

dspace.unitru.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

42

"Redefiniendo las fronteras en la
investigación del profesional contable: una
perspectiva disruptiva", Universidad del
Pacífico, 2024

Publicación

<1 %

43

ALTERNATIVAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
SOCIEDAD ANONIMA CERRADA.

"Actualización del EIA de las Plantas para la
Producción de Congelado de 49.68 t/día,
Conservas de 2635 cajas/turno de Productos
Hidrobiológicos y de Harina Residual de 5 t/h
como Actividad Accesorio y Complementaria

<1 %

a las Actividades Principales de Congelado y Conservas, Ubicado en el Distrito de Sechura, Piura-IGA0003987", R.D. N° 150-2016-PRODUCE/DGCHD, 2020

Publicación

44

KEVIN OMAR S.A.C. "EIA-SD para la Planta de Enlatado de Pescado de 3500 cajas/turno de Capacidad y una Planta Accesorio de Harina Residual de 10 t/h de Capacidad Ubicada en el Distrito de Chimbote, Áncash-IGA0003112", R.D. N° 028-2012-PRODUCE/DIGAAP, 2020

Publicación

<1 %

45

"Report of the eighteenth session of the Western Central Atlantic Fishery Commission, Managua, Nicaragua, 26–29 July 2022/Rapport de la dix-huitième session de la Commission des pêches pour l'Atlantique Centre-Ouest, Managua, Nicaragua, 26-29 juillet 2022/Informe de la decimoctava reunión de la Comisión de Pesca para el Atlántico Centro-Occidental, Managua, Nicaragua, 26-29 de julio de 2022", Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2023

Publicación

<1 %

46

ECOGESTION CONSULTORES S.A.C.. "EIA-SD para el Traslado Físico con Innovación Tecnológica de la Planta de Harina de la

<1 %

Planta de 25 t/h de Capacidad del Distrito de Tambo de Mora, Ica, hacia la Planta de Harina de 84 t/h de Capacidad Ubicada en el Distrito de Caleta de Carquin, Lima-IGA0002145", R.D. N° 101-2019-PRODUCE/DGAAMPA, 2020

Publicación

47

William Efrén Ahoña-Tigre, Carlos Raúl Carpio-Freire. "Evaluación de la responsabilidad social y la competitividad en la empresa Hidronormandia, Morona, Ecuador", Ingenium et Potentia, 2022

Publicación

<1 %

48

"Regional Plan of Action to Prevent, Deter and Eliminate Illegal, Unreported and Unregulated (IUU) Fishing in WECAFC Member Countries (2019-2029). Le Plan d'action régional visant à prévenir, à contrecarrer et à éliminer la pêche illicite, non déclarée et non réglementée (INDNR) dans les pays Membres de la COPACO (2019-2029). El Plan de acción regional para prevenir, desalentar y eliminar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR) en los países miembros de la COPACO (2019-2029)", Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2020

Publicación

<1 %

49

FC INGENIERIA Y SERVICIOS AMBIENTALES
SOCIEDAD ANONIMA CERRADA. "ITS para la
Redistribución y Ampliación de
Infraestructura sin Incremento de Capacidad
de Producción de la Planta de Curado en
Nuevo Chimbote, Áncash-IGA0001274", R.D.
N° 015-2019-PRODUCE/DGAAMPA, 2020

Publicación

<1 %

50

gta.manizales.unal.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

51

INGENIEROS INNOVADORES PROYECTISTAS
AMBIENTALES E.I.R.L.. "Actualización al EIA de
la Planta de Concentrado Proteico con una
Capacidad de 10 t/h, y Producción de Aceite
de Pescado como Resultado del Centrifugado
y Filtrado del Proceso de Producción de
Concentrado Proteico, Destinados
Exclusivamente al Consumo Humano Directo
en el Establecimiento Industrial Pesquero
Ubicado en el Distrito de Chimbote, Provincia
del Santa, Ancash-IGA0018957", R.D. N°
00029-2022-PRODUCE/DGAAMPA, 2022

Publicación

<1 %

52

nulan.mdp.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

53

produccioncientificaluz.org

Fuente de Internet

<1 %

54

GAPASH CONSULTORIA INTEGRAL E.I.R.L..
"Modificación para Impactos Ambientales
Negativos No Significativos para la
Ampliación de la Etapa de Mezclado de
Harina de Pescado y del Período de
Producción de la Planta de Concentrados
Proteicos Ubicada en el Distrito del Callao,
Provincia Constitucional del Callao-
IGA0019378", R.D. N° 00047-2022-
PRODUCE/DGAAMPA, 2022

Publicación

<1 %

55

ENVIRONMENTAL HYGIENE & SAFETY
SRLTDA. "Actualización del Plan de Manejo
Ambiental de la DIA de la Planta N° 1 - Lurín-
IGA0017768", R.D. N° 00124-2020-
PRODUCE/DGAAMI, 2022

Publicación

<1 %

56

OPCIONES SOSTENIBLES S.A.C.. "EIA-SD de
Incremento de Capacidad Instalada de
Congelado de 13 t/día a 50 t/día, Instalación
de una Planta de Curado de Capacidad de 180
t/mes e Instalación de una Planta de Harina
Residual de 2.54 t/h, Ubicadas en el Distrito
de Pocollay, Tacna-IGA0002818", R.D. N° 037-
2018-PRODUCE/DGAAMPA, 2021

Publicación

<1 %

57

repositorio.unfv.edu.pe
Fuente de Internet

<1 %

58

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

59

CONSULTORA DE GESTION INTEGRADO & AUDITORIA AMBIENTAL CON INNOVACION TECNOLOGICA E.I.R.L.. "Actualización del EIA de la Planta de Harina de Pescado de Alto Contenido Proteínico de 168 t/h, Ubicada en Calle Alcatraz N° 177 del Distrito de Chancay, Provincia de Huaral, Lima.-IGA0020455", R.D. N° 00039-2022-PRODUCE/DGAAMPA, 2022

Publicación

<1 %

60

Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina

Trabajo del estudiante

<1 %

61

Pedro González Angulo. "Modelo explicativo de factores protectores socio ecologicos del consumo de alcohol en jóvenes universitarios", Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA), 2022

Publicación

<1 %

62

DESARROLLO AMBIENTAL SOC ANONIMA. "EIA-SD para la Instalación de una Planta de Congelado con Capacidad de 150 t/día Ubicada en el Distrito de Chimbote, Áncash-IGA0002925", Cert. Amb. N° 006-2009-PRODUCE/DIGAAP, 2021

Publicación

<1 %

63

WALSH PERU S.A. INGENIEROS Y CIENTIFICOS CONSULTORES. "MEIA para la Perforación Exploratoria del Área Paita - Sechura, Lote Z-2B - Zócalo Continental-IGA0013591", R.D. N° 010-2006-MEM/AAE, 2021

Publicación

<1 %

64

Alejandra Ramirez-Hernandez, Oscar A. Galagarza, Mariel V. Álvarez Rodríguez, Erika Pachari Vera et al. "Food safety in Peru: A review of fresh produce production and challenges in the public health system", Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety, 2020

Publicación

<1 %

65

ECOFISH S.A.. "EIA-SD para el Traslado Físico con Innovación Tecnológica de la Planta Ubicada en Huarmey con 30 t/h de capacidad hacia la Planta Ubicada en Chancay para una Capacidad Total de 130 t/h, Ubicada en el Distrito de Chancay, Lima-IGA0002688", R.D. N° 164-2018-PRODUCE/DGAAMPA, 2020

Publicación

<1 %

66

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

67

"Desafíos éticos en los negocios", Universidad del Pacífico, 2014

Publicación

<1 %

68

INGENIEROS INNOVADORES PROYECTISTAS AMBIENTALES E.I.R.L.. "EIA-SD para la Instalación de una Planta de Concentrados Proteicos, Reducción de Capacidad de la Planta de Harina de Pescado de Alto Contenido Proteico, de 251 t/h a 246.6 t/h, y Planta de Congelado de Productos Hidrobiológicos, Ubicada en el Distrito del Callao, Callao.-IGA0007724", R.D. N° 097-2018-PRODUCE/DGAAMPA, 2020

Publicación

<1 %

69

FC INGENIERIA Y SERVICIOS AMBIENTALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA. "DIA del Proyecto Central Hidroeléctrica Shima-IGA0002883", R.D.R. N° 106-2017-GRSM/DREM, 2020

Publicación

<1 %

70

Susana Iñarra Abad. "EL RENDER DE ARQUITECTURA. Análisis de la respuesta emocional del observador.", Universitat Politecnica de Valencia, 2014

Publicación

<1 %

71

bdigital.unal.edu.co
Fuente de Internet

<1 %

DEDICATORIA

A mis padres “in memoriam”

AGRADECIMIENTO

Al Grupo Cavenago, por abrir sus puertas a este trabajo de tesis.

RECONOCIMIENTO

Al personal de mi escuela de posgrado, por su trabajo con los tesisistas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RECONOCIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
RIEPILOGO	xix
INTRODUCCIÓN	20
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	23
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	27
1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL	27
1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL	27
1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL	27
1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	28
1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	28
1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL	28
1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	28
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	29
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	30
1.6. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	32
1.7. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	33
1.8. LIMITACIONES DEL ESTUDIO	33

CAPÍTULO II: MARCO FILOSÓFICO	35
2.1. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA	35
2.2. FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA	41
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	44
3.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	44
3.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	100
3.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	158
CAPÍTULO IV: HIPÓTESIS Y VARIABLES	163
4.1. HIPÓTESIS GENERAL	163
4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	163
4.3. DEFINICIONES CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE VARIABLES	164
4.4. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	166
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	167
5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	167
5.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	167
5.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	167
5.2.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	167
5.3. MÉTODOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	168
5.3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	168
5.3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	169
5.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	169
5.4.1. POBLACIÓN	169
5.4.2. MUESTRA	169
5.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	169
5.5.1. TÉCNICAS	170
5.5.2. INSTRUMENTOS	170
5.5.3. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	171

5.5.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	175
5.5.5. ÉTICA EN LA INVESTIGACIÓN	176
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE RESULTADOS	179
6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO	179
6.1.1. MUESTRA CON EL CUESTIONARIO DE RS	179
6.1.2. MUESTRA CON EL CUESTIONARIO DE EE	183
6.1.3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	186
6.1.3.1. ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	186
6.1.3.2. ENCUESTA DE ÉXITO EMPRESARIAL	192
6.1.4. ANÁLISIS DE LAS VALORACIONES	197
6.1.4.1. VALORACIONES DE INDICADORES DE RS	197
6.1.4.2. VALORACIONES DE INDICADORES DE EE	209
6.1.4.3. VALORACIONES DE DIMENSIONES DE RS	222
6.1.4.4. VALORACIONES DE DIMENSIONES DE EE	226
6.1.4.5. RESUMEN DE VALORACIONES DE RS	230
6.1.4.6. RESUMEN DE VALORACIONES DE EE	231
6.1.5. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES	232
6.1.5.1. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE RS	232
6.1.5.2. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE EE	233
6.1.6. ANÁLISIS DE INDICADORES SEGÚN CATEGORÍAS DE PERSONAL	234
6.1.6.1. PUNTAJES DE INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	234
6.1.6.2. PUNTAJES DE INDICADORES DE ÉXITO EMPRESARIAL	249
6.2. ANÁLISIS INFERENCIAL	261
6.2.1. PRUEBA DE NORMALIDAD	261
6.2.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	264
6.2.2.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL	266
6.2.2.2. CONTRASTACIÓN DE LAS 8 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	269
CAPÍTULO VII: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	285
7.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	286

7.1.1. CORRELACIONES DE DIMENSIONES Y VARIABLES	286
7.1.1.1. CORRELACIÓN DE CADA DIMENSIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL ÉXITO EMPRESARIAL	286
(1) ÉTICA EMPRESARIAL DE RS Y VARIABLE EE	286
(2) AMBIENTE LABORAL DE RS Y VARIABLE EE	287
(3) MEDIOAMBIENTE DE RS Y VARIABLE EE	291
(4) COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE DE RS Y VARIABLE EE	293
7.1.1.2. CORRELACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON CADA DIMENSIÓN DEL ÉXITO EMPRESARIAL	296
(5) RS Y MACROENTORNO DE EE	296
(6) RS Y REDES DE SOPORTE SOCIAL DE EE	297
(7) RS Y FACTORES PERSONALES DE EE	299
(8) RS Y FACTORES INSTITUCIONALES DE EE	300
7.1.1.3. CORRELACIÓN DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL	303
(9) RS Y EE	303
7.2. CÓMO AVANZÓ LA COMPRENSIÓN DEL PROBLEMA DE ESTUDIO	322
7.3. APORTE CIENTÍFICO	324
CONCLUSIONES	332
RECOMENDACIONES	334
FUENTES DE INFORMACIÓN	338
ARTÍCULO CIENTÍFICO	348
ANEXOS	362
1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	363
2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	364
3. FICHAS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	369

4. COPIA DE LA DATA PROCESADA	378
5. CONSENTIMIENTO INFORMADO	386
6. AUTORIZACIÓN DE LA ENTIDAD DONDE SE REALIZÓ EL TRABAJO DE CAMPO	387
7. DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL INFORME FINAL DE TESIS	388

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 01. Objetivos a través del ciclo de vida organizacional	132
TABLA 02. Factores condicionantes del éxito	132
TABLA 03. Marco ambiental genérico	133
TABLA 04. Redes de soporte social	133
TABLA 05. Dimensiones básicas del sujeto emprendedor	135
TABLA 06. Elementos institucionales o variables extrínsecas	136
TABLA 07. Síntesis de los factores condicionantes del éxito empresarial	137
TABLA 08. Parámetros del crecimiento sostenido de las empresas	141
TABLA 09. Factores condicionantes del éxito en la fábrica de harina de pescado	145
TABLA 10. Dimensiones del éxito empresarial en la fábrica de harina de pescado	146
TABLA 11. Codificación de unidades cualitativas de las encuestas aplicadas	157
TABLA 12. Operacionalización de variables: responsabilidad social y éxito empresarial	166
TABLA 13. Población y muestra según categoría de encuestado para RS	180
TABLA 14. Distribución de frecuencias según categoría de encuestado para RS	181
TABLA 15. Población y muestra según lugar encuestado para RS	182
TABLA 16. Distribución de frecuencias según lugar encuestado para RS	183
TABLA 17. Población y muestra según categoría de encuestado para EE	183
TABLA 18. Distribución de frecuencias según categoría de encuestado para EE	184
TABLA 19. Distribución de frecuencias según lugar encuestado para EE	185
TABLA 20. Estructura de campos para el cuestionario de RS	186
TABLA 21. Datos recogidos con encuesta de RS en 62 personas	187
TABLA 22. Expresiones numéricas asignadas a las dimensiones de RS	191
TABLA 23. Expresión numérica asignada a la variable RS	192
TABLA 24. Estructura de campos para el cuestionario de EE	192
TABLA 25. Datos recogidos con encuesta de EE en 42 personas	193
TABLA 26. Expresiones numéricas asignadas a las dimensiones de EE	196
TABLA 27. Expresión numérica asignada a la variable EE	196
TABLA 28. Distribución de frecuencias del indicador ética del empresario	197

TABLA 29. Distribución de frecuencias del indicador capacitación en ética	198
TABLA 30. Distribución de frecuencias del indicador ética del personal	199
TABLA 31. Distribución de frecuencias del indicador liderazgo y beneficios sociales	200
TABLA 32. Distribución de frecuencias de indicador control de riesgos de seguridad y salud ocupacional	201
TABLA 33. Distribución de frecuencias del indicador capacitación en seguridad y salud ocupacional	202
TABLA 34. Distribución de frecuencias del indicador jefes competentes en ambiente	203
TABLA 35. Distribución de frecuencias del indicador control de riesgos ambientales	204
TABLA 36. Distribución de frecuencias del indicador capacitación de ambiente	205
TABLA 37. Distribución de frecuencias del indicador promoción de objetivos sociales	206
TABLA 38. Distribución de frecuencias del indicador seguridad del producto	207
TABLA 39. Distribución de frecuencias del indicador calidad de embalaje	208
TABLA 40. Distribución de frecuencias del indicador ambiente económico	210
TABLA 41. Distribución de frecuencias del indicador ambiente político legal	211
TABLA 42. Distribución de frecuencias del indicador ambiente tecnológico	212
TABLA 43. Distribución de frecuencias del indicador apoyo financiero	213
TABLA 44. Distribución de frecuencias del indicador soporte profesional	214
TABLA 45. Distribución de frecuencias del indicador red de apoyo moral	215
TABLA 46. Distribución de frecuencias del indicador actitud	216
TABLA 47. Distribución de frecuencias del indicador formación	217
TABLA 48. Distribución de frecuencias del indicador experiencia	218
TABLA 49. Distribución de frecuencias del indicador diseño organizativo/ calidad en gestión	219
TABLA 50. Distribución de frecuencias del indicador coordinación	220
TABLA 51. Distribución de frecuencias del indicador procesos y resultados	221
TABLA 52. Conteos de valoraciones para la dimensión ética empresarial	222
TABLA 53. Conteos de valoraciones para la dimensión ambiente laboral	223
TABLA 54. Conteos de valoraciones para la dimensión medioambiente	224
TABLA 55. Conteos de valoraciones para la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’	225

TABLA 56. Conteos de valoraciones para la dimensión macroentorno	226
TABLA 57. Conteos de valoraciones para la dimensión redes de soporte social	227
TABLA 58. Conteos de valoraciones para la dimensión factores personales	228
TABLA 59. Conteos de valoraciones para la dimensión factores institucionales	229
TABLA 60. Conteos de valoraciones para la variable responsabilidad social	230
TABLA 61. Conteos de valoraciones para la variable éxito empresarial	231
TABLA 62. Estadísticos de la variable responsabilidad social	232
TABLA 63. Estadísticos de la variable éxito empresarial	233
TABLA 64. Indicadores de responsabilidad social según trabajadores de JADA	235
TABLA 65. Puntajes de responsabilidad social según trabajadores de JADA	237
TABLA 66. Indicadores responsabilidad social según empleados JADA y oficina principal	238
TABLA 67. Puntajes responsabilidad social según empleados JADA y oficina principal	240
TABLA 68. Indicadores responsabilidad social según directivos JADA y oficina principal	242
TABLA 69. Puntajes responsabilidad social según directivos JADA y oficina principal	244
TABLA 70. Indicadores de responsabilidad social según trabajadores más empleados más directivos de JADA y oficina principal	245
TABLA 71. Puntajes de responsabilidad social según trabajadores más empleados más directivos de JADA y oficina principal	248
TABLA 72. Indicadores de éxito empresarial según empleados JADA y oficina principal	249
TABLA 73. Puntajes de éxito empresarial según empleados de JADA y oficina principal	252
TABLA 74. Indicadores de éxito empresarial según directivos de JADA y oficina principal	254
TABLA 75. Puntajes de éxito empresarial según directivos de JADA y oficina principal	256
TABLA 76. Indicadores de éxito empresarial según empleados más directivos	258
TABLA 77. Puntajes de éxito empresarial según empleados más directivos	259
TABLA 78. Resumen del procesamiento de datos en prueba de normalidad	262
TABLA 79. Descriptivos en prueba de normalidad	262
TABLA 80. Kolmogorov-Smirnov en prueba de normalidad	263
TABLA 81. Niveles de significancia para las pruebas de hipótesis	265
TABLA 82. Escala de valores del coeficiente de correlación	266
TABLA 83. Correlaciones de responsabilidad social y éxito empresarial	268

TABLA 84. Correlaciones de ‘ética empresarial’ y éxito empresarial	270
TABLA 85. Correlaciones de ambiente laboral y éxito empresarial	272
TABLA 86. Correlaciones de medioambiente y éxito empresarial	274
TABLA 87. Correlaciones de ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ y éxito empresarial	276
TABLA 88. Correlación de responsabilidad social y macroentorno	278
TABLA 89. Correlación de responsabilidad social y redes de soporte social	280
TABLA 90. Correlación de responsabilidad social y factores personales	282
TABLA 91. Correlación de responsabilidad social y factores institucionales	284
TABLA 92. Línea base del sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	289
TABLA 93. Nivel del sistema de seguridad y salud ocupacional basado en el cumplimiento de la Ley 29783 de Perú	290
TABLA 94. Ventas en harina y aceite de pescado por empresas en Perú 2015	311
TABLA 95. Exportación de harina de pescado 2012-2020	316
TABLA 96. Exportación de Aceite de Pescado 2012-2020	316

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 01. Composición de categoría de encuestado para el cuestionario de RS	181
FIGURA 02. Composición de lugar encuestado para el cuestionario de RS	183
FIGURA 03. Composición de categoría de encuestado para el cuestionario de EE	185
FIGURA 04. Composición de lugar encuestado para el cuestionario de EE	185
FIGURA 05. Distribución de frecuencias porcentual de indicador ética del empresario	198
FIGURA 06. Distribución de frecuencias porcentual de indicador capacitación en ética	199
FIGURA 07. Distribución de frecuencias porcentual de indicador ética del personal	200
FIGURA 08. Distribución de frecuencias porcentual de indicador liderazgo y beneficios sociales	201
FIGURA 09. Distribución de frecuencias porcentual de indicador control de riesgos de seguridad y salud ocupacional	202
FIGURA 10. Distribución de frecuencias porcentual de indicador capacitación en seguridad y salud ocupacional	203
FIGURA 11. Distribución de frecuencias porcentual de indicador jefes competentes en ambiente	204
FIGURA 12. Distribución de frecuencias porcentual de indicador control de riesgos ambientales	205
FIGURA 13. Distribución de frecuencias porcentual de indicador capacitación de ambiente	206
FIGURA 14. Distribución de frecuencias porcentual de indicador promoción de objetivos sociales	207
FIGURA 15. Distribución de frecuencias porcentual de indicador seguridad del producto	208
FIGURA 16. Distribución de frecuencias porcentual de indicador calidad de embalaje	209
FIGURA 17. Distribución de frecuencias porcentual de indicador ambiente económico	210
FIGURA 18. Distribución de frecuencias porcentual de indicador ambiente político legal	211
FIGURA 19. Distribución de frecuencias porcentual de indicador ambiente tecnológico	212
FIGURA 20. Distribución de frecuencias porcentual de indicador apoyo financiero	213
FIGURA 21. Distribución de frecuencias porcentual de indicador soporte profesional	214
FIGURA 22. Distribución de frecuencias porcentual de indicador red de apoyo moral	215
FIGURA 23. Distribución de frecuencias porcentual de indicador actitudes	216
FIGURA 24. Distribución de frecuencias porcentual de indicador formación	217
FIGURA 25. Distribución de frecuencias porcentual de indicador experiencia	218
FIGURA 26. Distribución de frecuencias porcentual de indicador diseño organizativo/ calidad en gestión	219

FIGURA 27. Distribución de frecuencias porcentual de indicador coordinación	220
FIGURA 28. Distribución de frecuencias porcentual de indicador procesos y resultados	221
FIGURA 29. Valoración porcentual de la dimensión ética empresarial	222
FIGURA 30. Valoración porcentual de la dimensión ambiente laboral	223
FIGURA 31. Valoración porcentual de la dimensión medioambiente	224
FIGURA 32. Valoración porcentual de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’	225
FIGURA 33. Valoración porcentual de la dimensión macroentorno	226
FIGURA 34. Valoración porcentual de la dimensión redes de soporte social	227
FIGURA 35. Valoración porcentual de la dimensión factores personales	228
FIGURA 36. Valoración porcentual de la dimensión factores institucionales	229
FIGURA 37. Valoración porcentual de la variable responsabilidad social	230
FIGURA 38. Valoración porcentual de la variable éxito empresarial	231
FIGURA 39. Histograma de la variable responsabilidad social	232
FIGURA 40. Histograma de la variable éxito empresarial	233
FIGURA 41. Curva estándar mostrando la región de rechazo y la región de aceptación	264
FIGURA 42. Diagrama de dispersión de responsabilidad social con éxito empresarial	267
FIGURA 43. Diagrama de dispersión de ética empresarial con éxito empresarial	269
FIGURA 44. Diagrama de dispersión de ambiente laboral con éxito empresarial	271
FIGURA 45. Diagrama de dispersión de medioambiente con éxito empresarial	273
FIGURA 46. Diagrama de dispersión de ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ con éxito empresarial	275
FIGURA 47. Diagrama de dispersión de responsabilidad social con macroentorno	277
FIGURA 48. Diagrama de dispersión de responsabilidad social con redes de soporte social	279
FIGURA 49. Diagrama de dispersión de responsabilidad social con factores personales	281
FIGURA 50. Diagrama de dispersión de responsabilidad social con factores institucionales	283
FIGURA 51. Biomasa de anchoveta, LMCTP, Desembarque 2008 - 2015	308
FIGURA 52. Número de embarcaciones pesqueras industriales para consumo humano Indirecto	309
FIGURA 53. Capacidad de bodega en metros cúbicos de embarcaciones pesqueras industriales para Consumo Humano Indirecto	309
FIGURA 54. Número de días de pesca de anchoveta por temporada Zona Norte Centro	310
FIGURA 55. Exportación de harina de pescado por empresas regidas Enero – Julio 2023	314

RESUMEN

Es un informe final de tesis de doctorado en administración cuya línea de investigación fue gestión y fortalecimiento de la formación profesional en conexión al trabajo y el crecimiento socioeconómico. El objetivo general fue determinar el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023; donde las dimensiones de la responsabilidad social fueron la ética empresarial, el ambiente laboral, el medio ambiente, y el compromiso con la comunidad y marketing responsable; las dimensiones de éxito empresarial fueron el macro entorno, las redes de soporte social, los factores personales del empresario, y los factores institucionales. Estuvo encuadrado con un enfoque de investigación cuantitativo; fue una investigación de tipo básica y de nivel descriptivo correlacional, una investigación con método hipotético deductivo y método estadístico, y tuvo diseño no experimental. El tamaño de la población fue 74 personas, compuesta por trabajadores, empleados y directivos. El tamaño de la muestra probabilística estuvo conformado por 62 personas. Los instrumentos de recolección de datos que se han empleado fueron el cuestionario de responsabilidad social y el cuestionario de éxito empresarial, deducidos de las bases teóricas y adecuados a la realidad de los países de América Latina y el sector pesquero peruano.

Al aplicar la prueba Rho de Spearman, se obtuvo un coeficiente de correlación -entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la naturaleza de estudio mencionada- igual a 0,607; es decir, se obtuvo una correlación lineal positiva moderada con una confianza de 99 por ciento de acuerdo con los resultados del SPSS.

Finalmente, cupo resaltar el compromiso de Pesquera JADA S.A. con las Buenas Prácticas de Manufactura y el Suministro Responsable Marin Trust.

Palabras claves: Responsabilidad social, Éxito empresarial, Fracaso empresarial.

ABSTRACT

This is a final report of a doctoral thesis in administration whose line of research was management and strengthening of professional training in connection with work and socioeconomic growth. The general objective was to determine the level of relationship between social responsibility and business success according to the staff of the Pesquera JADA S.A. factory and its main office, Chimbote 2023; Where the dimensions of social responsibility were business ethics, the work environment, the environment, and commitment to the community and responsible marketing; The dimensions of business success were the macro environment, social support networks, the entrepreneur's factors, and institutional factors.

It was framed with quantitative research approach; It was a basic type of research and a correlational descriptive level, research with a hypothetical deductive method and a statistical method, and it had a non-experimental design. The size of the population was 74 people made up of workers, employees, and managers. The probabilistic sample size consisted of 62 people. The data collection instruments that have been used were the social responsibility questionnaire and the business success questionnaire, deduced from the theoretical bases and adapted to the reality of the Latin American countries and the Peruvian fishing sector.

When applying the Spearman's Rho Test, a correlation coefficient was obtained -between social responsibility and business success according to personnel of the nature of the study mentioned -equal to 0,607. That is, a moderate positive linear correlation was obtained with a confidence of 99 percent in accordance with the SPSS results.

Finally, it was worth highlighting the commitment of Pesquera JADA S.A. with Good Manufacturing Practices and Responsible Supply Marin Trust.

Keywords: Social responsibility, Business success, Business Failure.

RIEPILOGO

Si tratta della relazione finale di una tesi di dottorato in amministrazione la cui linea di ricerca è stata la gestione e il rafforzamento della formazione professionale in relazione al lavoro e alla crescita socioeconomica. L'obiettivo generale era quello di determinare il livello di relazione tra la responsabilità sociale e successo aziendale secondo il personale della fabbrica Pesquera JADA S.A. e la sua sede principale, Chimbote 2023; dove le dimensioni della responsabilità sociale erano l'etica aziendale, l'ambiente di lavoro, l'ambiente, l'impegno per la comunità e il marketing responsabile; le dimensioni del successo aziendale erano il macroambiente, le reti di supporto sociale, i fattori personali dell'imprenditore e i fattori istituzionali. È stato inquadrato con un approccio di ricerca quantitativa; Si trattava di una ricerca di tipo base e di livello descrittivo correlazionale, una ricerca con un metodo deduttivo ipotetico e un metodo statistico, ed aveva un disegno non sperimentale. La consistenza della popolazione era di 74 persone, composta da operai, impiegati e dirigenti. La dimensione del campione probabilistico era composta da 62 persone.

Gli strumenti di raccolta dati utilizzati sono stati il questionario sulla responsabilità sociale e il questionario sul successo aziendale, dedotti dalle basi teoriche e adattati alla realtà dei paesi dell'America Latina e del settore della pesca peruviano.

Quando si applica il test Rho di Spearman, è stato ottenuto un coefficiente di correlazione -tra responsabilità sociale e successo aziendale secondo il personale della natura dello studio citato - pari a 0,607. Ciò significa che è stata ottenuta una correlazione lineare positiva moderata con una confidenza del 99% in conformità con i risultati SPSS.

Infine, è stato opportuno sottolineare l'impegno di Pesquera JADA S.A. con Buone Pratiche di Produzione e Fornitura Responsabile Marin Trust.

Parole chiave: Responsabilità sociale, Successo aziendale, Fallimento aziendale.

INTRODUCCIÓN

El éxito y la responsabilidad son de origen antiguo. Se sabe que el mundo globalizado del siglo XXI es heredero de la cosmovisión occidental diseñada por los filósofos, políticos y familias de las antiguas civilizaciones de los helenos primero, y de los romanos a continuación. Desde el siglo VI antes de Cristo, la actividad lucrativa de los negocios de estas civilizaciones ha ido desarrollando la agricultura, la ganadería y la pesca para consumo humano; el teatro y las bellas artes; la confección de telares y cerámicos; el comercio y la construcción de barcos, puertos, caminos, y edificaciones de dominio público. Y hoy por hoy, aún podemos apreciar los resultados exitosos de esas actividades. Las familias desde ese entonces tuvieron un “éxito” que ha ido replicándose en el transcurso de la historia del mundo occidental; y en la edad media, Adam Smith, un hijo de Escocia, plantea unas teorías económicas que articula historia, filosofía, desarrollo económico, psicología y ética. El 2009, Cuevas dice que la teoría ética de Smith permanece como un fundamento indispensable de la vida económica; y que la sociedad puede sobrevivir sin la virtud de la beneficencia, pero el edificio de la sociedad sin el pilar de la justicia simplemente se derrumbaría (p. 7).

En ese sentido, el trato justo al ambiente, a los colaboradores y clientes, sugiere que las transacciones de una empresa impliquen responsabilidad ante los compromisos que asume al desarrollar una actividad económica lucrativa como es el caso de la fábrica de harina de pescado, naturaleza de estudio de la tesis que se desarrolla acá.

El éxito empresarial se define inicialmente como un retorno consistente de la inversión para aquellos que arriesgaron su capital en sacar a la empresa adelante. No hay una definición consensuada, menos en la industria de la harina de pescado; pero, como dice Hinostroza (2012), sí hay experiencias de empresas exitosas que se iniciaron en el seno de familias peruanas donde se observan cualidades generales como la tecnología, el trabajo en equipo, el grado de compromiso y los valores (p. 2).

La Organización de las Naciones Unidas dice que la responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario que las empresas hacen para la mejora social, económica y ambiental.

El trabajo de tesis tiene su unidad de análisis en el personal que trabaja en la mencionada fábrica y su oficina principal en el Grupo Cavenago en la ciudad de Chimbote en los días corrientes de 2022 a 2023, y surgen las interrogantes que se escriben a continuación.

¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘ética empresarial’ de responsabilidad social con el éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘ambiente laboral’ de responsabilidad social con el éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘medio ambiente’ de responsabilidad social con el éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial?

¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘macroentorno’ de éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘redes de soporte social’ de éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘factores personales’ de éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘factores institucionales’ de éxito empresarial?

Finalmente, la estructura del trabajo de tesis es la que se plantea a continuación.

En el capítulo I: Planteamiento del Problema, se describe la realidad problemática; se delimita la investigación; se plantean los problemas y objetivos de la investigación; se presenta la justificación, la importancia, la factibilidad y las limitaciones de estudio.

En el capítulo II: Marco Filosófico, se escribe la fundamentación epistemológica y ontológica de las variables de estudio.

En el capítulo III: Marco Teórico, se recogen de manera resumida los antecedentes sobre las investigaciones del tema en el extranjero y en el país, las bases teóricas que respaldan el modelo piloto de indicadores deducidos acá y la definición de los términos básicos que se emplean en el desarrollo del presente trabajo.

En el capítulo IV: Hipótesis y Variables, se propone la hipótesis general y las específicas; la definición conceptual y operacional de las variables; y el cuadro de operacionalización.

En el Capítulo V: Metodología de la Investigación, se aborda el enfoque, tipo y nivel de investigación; métodos, diseño, población y muestra de investigación; técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el Capítulo VI: Análisis de Resultados, se presenta el análisis descriptivo y el inferencial de los resultados del trabajo de campo.

En el Capítulo VII: Discusión de resultados, se escribe la discusión de resultados, se describe cómo avanzó la comprensión del problema de estudio y se desarrolla el aporte científico que comprende una síntesis de los sistemas de calidad que están funcionando en la organización. Se dan las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información, artículo científico y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas ONU. La Responsabilidad Social Empresarial ha estado vinculada al “desarrollo de las actividades de la empresa, asumiendo la responsabilidad de los impactos que genera, creando con ello valor para sus accionistas y la sociedad a través del empleo de buenas prácticas”. (Núñez, 2003, p. 5).

Más de ochocientos millones de personas están subalimentadas en el mundo y la ONU quiere asegurar el acceso mundial a una alimentación sana. Y el aporte de esta empresa pesquera peruana puede contribuir a través de buenas prácticas de producción y exportación de harina de pescado para el consumo humano indirecto.

En el mundo. La explotación de los recursos está ocasionando que los suelos, océanos, mares, bosques, agua dulce y biodiversidad se degraden más. Y esta empresa pesquera peruana puede contribuir con su compromiso de preservar el medio ambiente marítimo y el de la localidad donde opera.

Según la ONU, la mitad de la población mundial aún vive con menos de dos dólares al día, prueba que tener un empleo no garantiza ingresos suficientes para salir de la pobreza. Y esta

empresa pesquera peruana contribuye con remuneraciones acordes al mercado local y con trato digno para sus colaboradores.

La población en las ciudades aumentará a cinco mil millones en el mundo y se tendrá que construir espacios sostenibles, seguros y minimizar el impacto ambiental negativo que ocasionarían las actividades de estas poblaciones. Y, localmente, esta empresa pesquera peruana puede contribuir al país con buenas prácticas de pago de impuestos.

A nivel latinoamericano. La Comisión Económica para América Latina y El Caribe CEPAL dice que Argentina, Brasil, Chile, Guatemala, México, Panamá y Perú, no tienen una definición de Responsabilidad Social Corporativa que sea utilizada de igual manera; pero sí hay la misma preocupación por el impacto ambiental, el desarrollo de la comunidad, la ética en la empresa y las condiciones laborales de los colaboradores. Pero no tienen en sus agendas de RSC a la integración de la cadena de proveedores, la gobernabilidad corporativa ni la transparencia. En este sentido, este trabajo de tesis inició una investigación acerca de la responsabilidad social y éxito empresarial en la empresa Pesquera JADA S.A. de Chimbote-Perú adecuado a la realidad de América Latina; el fruto de esto abrió el camino para nuevos estudios de la responsabilidad social y éxito empresarial de otras fábricas de harina y aceite de pescado en el Perú que exportan, como país en conjunto, el 30 por ciento de la demanda mundial.

En Perú. Según el portal del gobierno del Perú, el Estado tiene el Programa Perú Responsable que orienta a pequeñas y medianas empresas en programas y proyectos de responsabilidad social empresarial generadores de empleo, empleabilidad y emprendimiento. Y que cuenta con sellos, certificaciones y un registro de empresas socialmente responsables para elevar sus ventajas competitivas y facilitar las contrataciones con el Estado MTPE (s.f.). Sin embargo, se observa que persiste la brecha digital en las poblaciones más alejadas de la ciudad capital, demandas sociales por los impactos del fenómeno del Niño en algunas regiones del Perú, y un clamor nacional por el aumento de la inseguridad ciudadana.

Una de las mayores preocupaciones de la industria pesquera que cuente con personería jurídica en la actualidad es el respeto a las dimensiones económica, social y ambiental del entorno donde opera, tal como se demuestra en la experiencia de la fábrica PESQUERA JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú.

En cuanto a la realidad problemática de la industria pesquera peruana en general, se resalta que sus costos más grandes se dan en pescado fresco y combustibles; las leyes ambientales exigen que los efluentes industriales y domésticos pasen por procesos de tratamiento, y que preparen los residuos no industriales para su disposición final a través de los servicios de recolección municipal y locales; la ley de pesca impone cuotas de captura de pescado por productor por año -basadas en las observaciones de biomasa acústica de anchoveta que hace IMARPE, y un sistema de vedas que decreta PRODUCE a fin de salvaguardar la masa de especies pelágicas del mar peruano. El mercado internacional exige estándares de calidad e inocuidad del producto y trazabilidad de la materia prima y de los stocks de producción. Los investigadores pueden desarrollar estudios en torno a esta realidad porque la dirección de la empresa pesquera podrá tener a su disposición información que enriquezca su gestión interna para administrar una organización industrial y fortalecer su compromiso social con los trabajadores, la comunidad y el ambiente.

Bajo este contexto, encontramos la realidad empresarial de la fábrica PESQUERA JADA S.A. que es una sociedad anónima constituida el año 2001 bajo leyes peruanas, que al amparo de la oficina principal en el Grupo Cavenago y su actual operación, constituye una actividad integrada que abarca la captura de especies pelágicas del mar territorial peruano; su transformación en harina y aceite de pescado; y su comercialización en el mercado nacional y mundial.

En Chimbote. Para el trabajo de tesis, la naturaleza de estudio fue Pesquera JADA S.A., una fábrica de harina y aceite de pescado ubicada en Manzana B Lote 4-5 en la Lotización Industrial Gran Trapecio de Chimbote; y su oficina principal en el Grupo Cavenago en Av. Los Pescadores Manzana C Lote 3 de la lotización industrial mencionada.

La unidad productiva en la ciudad de Chimbote es una planta industrial con una capacidad instalada de 30 toneladas por hora de procesamiento de materia prima. La oficina principal dispone de una flota de siete barcos pesqueros de 32,5 metros cúbicos cada uno; cinco pescando, dos en bahía y dos en varadero, todos con licencia.

Pesquera JADA S.A. realizó una innovación tecnológica y mejoramiento en los equipos principales de procesamiento de harina de pescado de alto contenido proteínico con una determinada inversión sobre el valor de los activos. Ha levantado las observaciones al estudio de impacto ambiental en la zona de su establecimiento industrial pesquero.

Una cosa aparentemente sin importancia en la sociedad puede crear problemas a la empresa, por la inocuidad y la calidad que exige el mercado en las operaciones, en la materia prima y el producto elaborado en la fábrica de harina de pescado.

En ese sentido, con respecto a la problemática a nivel local en Pesquera JADA y su oficina principal, se puede precisar síntoma, causas, pronóstico y control de pronóstico:

Síntoma. El personal y los vehículos motorizados de la fábrica y su oficina principal pueden ingresar a diario portando microorganismos patógenos en las manos, los zapatos y las llantas, como puede ocurrir en todo centro laboral. Así como también pueden ocurrir posibles oscilaciones de actitudes y sinceridad del personal ante el ambiente laboral, la preservación del medio ambiente, su compromiso con la comunidad, el marketing responsable, los procesos y los resultados.

Causas. Lo que se produciría es transmisión de enfermedades y contaminación de los espacios donde se elabora el producto; o transmisión de enfermedades y contaminación en los ambientes de la oficina principal.

Pronóstico. Esos espacios contaminados, a su vez contaminan al pescado y a la harina de pescado en la fábrica; o transmiten enfermedades y contaminan al personal que comparte los ambientes de la oficina principal.

Control de pronóstico. Con esta problemática local en la unidad de estudio, el investigador se propuso controlar las situaciones identificadas mediante el análisis de los resultados del procesamiento de datos recopilados con los cuestionarios de responsabilidad social y éxito empresarial según el personal de Pesquera JADA y su oficina principal. Además de anticiparse a la toma de conciencia acerca de la actitud y la sinceridad en el personal.

Si la problemática no se soluciona, la dirección de la empresa pesquera tendría menos herramientas para desarrollar una gestión inteligente para administrar una organización industrial que debe operar en condiciones muy exigentes dadas por los compradores internacionales en el mundo y las leyes peruanas de pesca, de medio ambiente y de trabajo. Desde esa perspectiva, la investigación supone el reconocimiento y la utilización de un profundo análisis que se lleva a cabo con los datos recopilados en una muestra probabilística de su personal que, obviamente con su familia, son parte del entorno mencionado.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

El trabajo de tesis se desarrolló en la fábrica Pesquera JADA S.A. y en su oficina principal en el Grupo Cavenago, ubicadas en Manzana B Lotes 4-5 y en Av. Los Pescadores Manzana C Lote 3 de la Lotización Industrial Gran Trapecio respectivamente, Distrito de Chimbote, Provincia de Santa, Región Chavín, Perú.

1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL

Fue el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en el Grupo Cavenago. La señora Administradora del Grupo informó que suman una población de setenta y cuatro personas (74), fuera de las otras empresas que operan al amparo del grupo y que no se consideran en el trabajo de tesis porque no son del giro de la fábrica.

El cuestionario de responsabilidad social estuvo dirigido a la oficina principal contando con la gerencia, los empleados de administración/contabilidad/finanzas del grupo, los empleados de la superintendencia de flota, los empleados de seguridad y salud ocupacional y medio ambiente -SSOMA, los empleados de almacén de la oficina principal (que no son trabajadores); también estuvo dirigido a la fábrica Pesquera JADA contando con el superintendente y los empleados de administración-planta y de SSOMA en la fábrica, incluyendo los empleados del área de aseguramiento de la calidad en la fábrica y, los trabajadores de operación de la planta, porque todos estarían contribuyendo al desarrollo del vínculo ambiente-personal-empresa-comunidad.

El cuestionario de éxito empresarial estuvo dirigido a los directivos y empleados de la oficina principal y de la fábrica, porque ellos tendrían el deber de conocer el gobierno y la gestión de las actividades empresariales.

1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación empezó en el mes de agosto del 2022 con el inicio del desarrollo del plan de tesis y finalizó en el mes de diciembre del 2023 con la presentación del informe final.

1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

En el presente trabajo de tesis, los elementos teóricos están alineados a los siguientes conceptos: responsabilidad social, éxito empresarial, ética, procesos, ambiente laboral, medio ambiente y compromiso con la comunidad.

Algunas fuentes son libro ‘Técnicas de Investigación Social’ de Sierra (2001). La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas, La Dirección General de Capitanías y Guardacostas de Perú, el Ministerio de Trabajo y el Ministerio de la Producción de Perú.

1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

PG: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PE1: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ética empresarial de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE2: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ambiente laboral de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE3: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión medio ambiente de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE4: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE5: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión macroentorno de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE6: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión redes de soporte social de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE7: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores personales de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

PE8: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores institucionales de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

OG: Determinar el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1: Analizar el nivel de relación de la dimensión ética empresarial de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE2: Establecer el nivel de relación de la dimensión ambiente laboral de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE3: Determinar el nivel de relación de la dimensión medio ambiente de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE4: Encontrar el nivel de relación de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE5: Identificar el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión macroentorno de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE6: Medir el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión redes de soporte social de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE7: Examinar el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores personales de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

OE8: Precisar el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores institucionales de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación teórica

“¿La información que se obtenga puede servir para apoyar una teoría?, ¿se podrá conocer en mayor medida el comportamiento de una o de diversas variables o la relación entre ellas?, ¿se pueden sugerir ideas, recomendaciones para otros estudios?”. (Hernández et al., 2006, p. 40).

La información que se obtuvo con las encuestas del trabajo de campo sirvió para apoyar la investigación científica de Correa sobre Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial, y la investigación científica de Quintana sobre las Dimensiones del Éxito de las Empresas Emprendedoras. Así como se apoyaron las teorías mencionadas líneas arriba, sí se puede sugerir todo lo que se hizo en este trabajo de tesis, que las variables con sus dimensiones e indicadores salgan de una revisión preliminar de libros, revistas y publicaciones científicas, tomando el tiempo necesario para fundamentarlas en las bases teóricas y se logre un poco más de connotación y confianza para su investigación. De esta manera, los resultados obtenidos en este trabajo de tesis sirven de base teórica para futuras investigaciones.

Justificación metodológica

“¿La investigación puede ayudar a crear un nuevo instrumento para recolectar o analizar datos?, ¿contribuye a la definición de un concepto, variable o relación entre variables?”. (Hernández et al., 2006, p. 40).

En este trabajo de tesis se han creado dos nuevos instrumentos para recolectar datos de responsabilidad social y éxito empresarial basados en las investigaciones expuestas en el marco teórico, y contribuye a la definición de la relación entre responsabilidad social y éxito empresarial en el contexto de la industria pesquera. De esta manera, todo lo que se hizo para construir los instrumentos mencionados y hacer el análisis y discusión de los resultados pueden servir como modelo piloto para futuras investigaciones del sector industrial pesquero.

Justificación social

“¿Cuál es su trascendencia para la sociedad? ¿quiénes se beneficiarían con los resultados de la investigación? ¿de qué modo? En resumen, ¿qué alcance o proyección social tiene?”. (Hernández et al., 2006, p. 40).

En cuanto a su trascendencia para la sociedad, este trabajo es atingente a la visión moral y las reglas de justicia que protegen la vida de la persona y la propiedad. Por eso, los resultados de la investigación pueden beneficiar a los colaboradores y sus familias en cuanto ambiente social como factor endógeno de la unidad productiva, y también, a la luz de los resultados y de las disponibilidades, se puede reforzar el mecanismo que la empresa tiene para retener a sus colaboradores, y se puede determinar la pertinencia que la empresa promueva más o menos objetivos sociales para la comunidad como por ejemplo, que las aguas especiales tratadas en la fábrica sirvan para donar agua de riego de las áreas verdes de la localidad con un camión cisterna puesto por la institución; o el refuerzo de matemáticas para los hijos de los colaboradores a través de la participación de los ingenieros jóvenes de la planta que tienen más talento para llegar a los niños y adolescentes.

Justificación práctica

“¿Ayudará a resolver algún problema real?, ¿tiene implicaciones trascendentales para una amplia gama de problemas prácticos?”. (Hernández et al., 2006).

Los resultados del estudio ayudarán a los directivos a reforzar la idea de sinceridad y responsabilidad para la mejor performance de sus sistemas de calidad y a preservar un buen nivel de conciencia entre los jefes y sus colaboradores sobre la ética en las personas, y que cuando las personas detecten riesgos en la planta industrial y/u otros espacios, puedan demostrar su compromiso con la seguridad, el ambiente, la comunidad, la trazabilidad de la materia prima, y la calidad del producto.

1.6. IMPORTANCIA

El tema de investigación es relevante por la preocupación del personal en la conservación de su salud en el trabajo y el cumplimiento de sus labores en la mencionada fábrica de harina de pescado en Chimbote; por las exigencias del Estado peruano en preservar el ambiente marítimo y el aire atmosférico en el lugar donde opera dicha fábrica para no afectar los negocios ni a los pescadores artesanales de alrededor; por la necesidad de la empresa de mantener la inocuidad del pescado fresco, así como también la harina y el aceite

de pescado que se produce en la planta. Y por el interés del investigador para evaluar la pertinencia de un nuevo estudio de resultados empresariales con el modelo piloto de éxito empresarial a partir de los resultados del presente trabajo de tesis.

La importancia de este trabajo para la empresa estriba en la operativización de los sistemas de calidad de Buenas Prácticas de Manufactura GMP y de Suministro Responsable Marín Trust MT, mediante protocolos en su flota y planta con el Área de Aseguramiento de la Calidad y las Superintendencias. Y acá es donde entra la gente de la fábrica y su oficina principal, porque quien hace tales operativizaciones es la misma gente. Por eso, los resultados obtenidos con los cuestionarios de recolección de datos basados en teorías publicadas y en un diseño adecuado a la realidad de esta unidad productiva, definen un modelo piloto basado en la práctica de los valores de sinceridad y responsabilidad en los procesos. En consecuencia, gana la empresa porque el cliente responde con confianza y preferencia; y la comunidad responde con confianza y satisfacción.

1.7. FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

“Debemos tomar en cuenta la disponibilidad de recursos financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación” (Rojas, 2002; citado por Hernández 2006, p. 52).

La realización de la investigación fue viable. Ya que el doctorando contó con los recursos financieros, materiales, tiempo justo y acceso al lugar de la investigación.

1.8. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

“Limitaciones son las condiciones materiales, económicas, personales e institucionales que pueden frenar la investigación o restarle confiabilidad”. (Ñaupas, 2013, p. 132).

Una limitación de estudio estuvo dada por el alto estándar de seguridad en la oficina principal y en la fábrica de harina y aceite de pescado. Esto se superó coordinando personalmente con el propietario antes de oficializar acciones.

Otra limitación fue aplicar los instrumentos de recolección de datos en la unidad de estudio, durante el acontecer de la crisis socio política del país en el lapso del desarrollo del presente estudio. El tesista superó esto levantando información periodística de la situación de los accesos sur y norte de la ciudad de Chimbote, confirmándola mediante consultas telefónicas con amistades que laboran en el mencionado clúster pesquero, y coordinando visitas a los directivos.

Otra limitación de estudio fue la existencia de unas cuantas encuestas erradas o incompletas o que adolecían de actitud. Esto se superó de dos maneras. Una, volviendo a pasarla en el preciso instante que el encuestado terminaba. Dos, descartando la encuesta y respetando siempre el tamaño de la muestra.

Otra limitación de estudio fue el carácter sensible de la información de la planta que el tesista revisó en la empresa -que por el principio de confidencialidad se guarda reserva- tal fue el caso de los sistemas de calidad de Buenas Prácticas de Manufactura y Suministro Responsable Marin Trust. Esto se superó aplicando el arte de la coordinación con la superintendencia de planta a fin de lograr autorización para hacer una síntesis de ambos sistemas y que se pueden apreciar en la sección de aporte científico de la presente tesis. Comprende cita de autor, definición, objetivo, alcance y otros tópicos más que dan forma al cuerpo y espíritu de la norma. No se entró en los detalles de los formatos y procedimientos y responsables, entre otras partes sensibles de información que han de preservar un alto grado de confidencialidad. Cabe mencionar que el trabajo de campo coincidió en el tiempo con las preparaciones a las auditorías de seguimiento anual de GMP y Marin Trust que los dependientes responsables tuvieron que desarrollar durante el primer trimestre de 2023.

Pudo ser una limitación de estudio que el presente trabajo haya sido una investigación de corte transversal a través de un esquema de éxito empresarial, pero necesario; puesto que debía resolver la pregunta de cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

CAPÍTULO II: MARCO FILOSÓFICO

En este capítulo se trabajó la fundamentación ontológica y epistemológica de la responsabilidad social y el éxito empresarial. Se entiende que en la parte ontológica de las variables se describe sus propiedades benefactoras al ser humano y que muestra cómo fueron creadas; y una parte epistemológica donde se plantea cuándo han sido creadas.

2.1. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

2.1.1. PARTE EPISTEMOLÓGICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Para comenzar, cabe mencionar que la dignidad y la esencia de la persona son las condiciones fundamentales para la responsabilidad social tanto del hombre como de la empresa.

Por eso, dicho fundamento radica en el ser humano individual, sus dimensiones, su estructura.

En ese sentido, la variable responsabilidad social nace en la empresa con el empresario y sus colaboradores, y como son personas que desarrollan las actividades de la empresa, son libres

de elegir voluntariamente un comportamiento socialmente responsable. La responsabilidad social empresarial, por sí misma, ya declara la práctica del valor de la responsabilidad. Pero como toda práctica de un valor es una virtud, entonces, justo será que antes de tratar la primera variable, primero se acuda a algún filósofo griego de la antigüedad, donde nace el estudio de las virtudes.

Luarna (s.f.) en la reproducción del libro de Aristóteles traducido al español, *Ética a Nicómaco*, comenta:

Mostrado ha Aristóteles cómo la verdadera felicidad, consiste en vivir conforme a perfecta razón, aunque para mejor poder poner las cosas buenas en ejecución, es bien que juntamente con ello haya prosperidad en las cosas exteriores que llamamos de fortuna, muestra ahora por qué parte toca a la disciplina de la república tratar de las virtudes, y es porque no es otra cosa virtud, sino hecho conforme a recta y perfecta razón; de manera que vivir feliz y prósperamente y vivir conforme a recta y perfecta razón, y vivir conforme a virtud, todo es una cosa. Y como la virtud sea la perfección del alma, y el alma, según Platón y según todos los graves filósofos, tenga dos partes: una racional, en que consiste el entendimiento y uso de razón, y otra apetitiva, en que se ponen todos los afectos, hace dos maneras de virtudes: unas del entendimiento, y otras tocantes al reprimir los afectos, que se llaman virtudes morales (...) Y llamamos virtud humana, no a la del cuerpo, sino a la del alma, y la felicidad decimos que es ejercicio del alma. (pp. 50-52).

Habiendo, pues, dos maneras de virtudes, una del entendimiento y otra de las costumbres, la del entendimiento, por la mayor parte, nace de la doctrina y crece con la doctrina, por lo cual tiene necesidad de tiempo y experiencia; pero la moral procede de la costumbre, de lo cual tomó el nombre, casi derivándolo, en griego, deste [sic] nombre: *ethos*, que significa, en aquella lengua, costumbre. De do se colige que ninguna de las morales virtudes consiste en nosotros por naturaleza, porque ninguna cosa de las que son tales por naturaleza, puede, por costumbre, hacerse de otra suerte: como la piedra, la cual, naturalmente, tira para abajo, nunca se acostumbrará a subir de suyo para arriba, aunque mil veces uno la avece echándola hacia arriba; ni tampoco el fuego se avezará a bajar de suyo para abajo, ni ninguna otra cosa de las que de una

manera son naturalmente hechas, se podrá acostumbrar de otra diferente. De manera que ni naturalmente ni contra natura están las virtudes en nosotros, sino que nosotros somos naturalmente aptos para recibirlas, y por costumbre después las confirmamos. A más desto [sic], en todas las cosas que nos provienen por naturaleza primero recibimos sus facultades o potencias, y después hacemos los efectos, como se vee [sic] manifiestamente en los sentidos. Porque no de ver ni de oír muchas veces nos vino el tenor sentido, antes al contrario, de tenerlos nos provino el usar dellos [sic], y no del usar el tenerlos. Pero las virtudes recibámoslas obrando primero, como en las demás artes. Porque lo que habemos de hacer después de doctos, esto mismo haciéndolo aprendemos, como edificando se hacen albañiles, y tañendo cítara tañedores della [sic]. De la misma manera, obrando cosas justas nos hacemos justos, y viviendo templadamente templados, y asimismo obrando cosas valerosas valerosos, lo cual se prueba por lo que se hace en las ciudades. Porque los que hacen las leyes, acostumbrando, hacen a los ciudadanos buenos, y la voluntad de cualquier legislador es esta misma, y todos cuantos esto no hacen bien, lo yerran del todo. (pp. 58-60).

Ahora se puede tratar la virtud de la responsabilidad y ver cómo nace su estudio en la filosofía de la Grecia antigua. Se demostrará que la responsabilidad nace de las acciones que proceden de la persona, sean alabables o censurables; diría que antes de la acción, la persona ya tiene la noción de ese valor.

El 2009, Polo dice en su artículo científico que el término responsabilidad, que ‘aparece tardíamente en la ética’ (Bilbeny, 2012, 194), viene del latín *responsum*, ‘responder’.

Por otro lado, la idea de responsabilidad aparece en el libro *Ética Eudemia* de Aristóteles, porque en 1986 Pallí dice:

Por eso, es evidente que las acciones de las cuales el hombre es el principio y dueño, pueden suceder o no, y que de él depende que se produzcan o no, al menos aquellas de cuya existencia o no es soberano. Así, de cuantas cosas está en su poder hacerlas o no, él mismo es la causa, y aquello de lo que es la causa depende de él.

Puesto que la virtud y el vicio y las acciones que proceden de ellos son, unas veces, alabados y, otras, censurados (pues se censura y alaba no lo que existe por necesidad, suerte o naturaleza, sino todo aquello de lo que somos nosotros la causa, ya que de

aquello de lo cual otro es la causa, es él el que recibe la alabanza y la censura), es evidente que la virtud y el vicio están en relación con las acciones de las cuales el hombre mismo es la causa y principio. (pp. 447-448).

Benavides et al. (2012), en su libro *Glosario sobre responsabilidad social para la investigación y el debate terminológico*, dicen:

Responsabilidad, cualidad de responsable. Deuda, obligación de reparar y satisfacer por sí o por otra persona a consecuencia de un delito o de una culpa o de otra causa legal. Del castellano «responder» como neologismo. En el siglo XVIII se utilizó «responder» en el sentido figurado que hoy se expresa mediante «corresponder» (Corominas y Pascual 1980d, p. 887; citado por Benavides et al.). (p. 88).

También dicen:

“Responsabilidad social, vendría a significar el compromiso que debe adquirir una empresa respecto al entorno social en que está situada”. (p. 90).

Finalmente, sostienen:

(...) en las Memorias e Informes de Responsabilidad Social el concepto se relaciona con los valores éticos de la empresa y se identifica generalmente con la canalización de fondos a organizaciones no gubernamentales. (...) dichos documentos reflejan en su modo formal la Responsabilidad Social de la Empresa y su índice, los principales aspectos en los que ésta se centra. (p. 90).

2.1.2. PARTE EPISTEMOLÓGICA DEL ÉXITO EMPRESARIAL

El éxito empresarial requiere profesionales competentes que aporten valor al negocio, la implementación de hábitos laborales adecuados donde tenga un hueco la disciplina y una cultura de empresa sólida y de pensamiento unificado.

En ese sentido, ésta es una variable que, al momento de hacer este trabajo, escasea en los títulos de las investigaciones científicas del mundo académico después del 2017. Sin embargo, sí pueden encontrarse títulos con palabras como experiencias exitosas de empresas. Y en libros de automotivación o autoayuda con la palabra éxito. Se quiere trasladar el término éxito del plano personal al plano empresarial donde las actividades son desarrolladas

precisamente por personas que, a decir de Aristóteles, tienen como fin universal a la felicidad; tal como se menciona en la fundamentación ontológica de la primera variable.

A continuación, se trata el discurso del éxito del libro de Suárez y Valera.

El 2019, Suárez y Valera han planteado el éxito en su libro ‘Sócrates y la Econología’ mediante una narrativa. En la puerta de una sidrería sentados en las escaleras con un vaso en la mano, se encuentran **Fausto** el empresario y Sócrates el filósofo, luego *Lico* el ex minero y ahora técnico. Dicen:

El éxito amigo mío, cumplir con tus objetivos. Conseguir lo que te has propuesto ... ¿Y si lo que te has propuesto es no hacer nada? Diógenes decidió vivir sin nada, haciendo de esa indigencia una virtud. Y lo consiguió. Tuvo éxito ... **Eso no es un éxito, eso es ser un mendigo. Lo difícil es marcarse metas altas, luchar por ellas, hacer lo que haya que hacer y conseguirlo. De no tener, se pasa a tener. Eso es un éxito** ... Luego, ¿el éxito no es conseguir los objetivos? ... **Sí, siempre que los objetivos sean ir a mejor, no ir a peor** ... Sospecho que quieres decir que alcanzar el éxito es conseguir una fortuna ... **En lo esencial, desde luego. Mírame a mí, yo he hecho una fortuna de la nada** ... Por lo que se ve, ha de existir una tabla de beneficios que indican incluso la intensidad del triunfo ... **Es buena idea** ... Luego, tener o no tener es lo que marca el éxito de una vida ... **Sí, no lo compliques más** ... Necesitamos entonces a un contable, más que a un filósofo ... **Sócrates, querido amigo. Yo sé que todos gustáis mucho de reuniros a hablar de cosas como el bien, el conocimiento, el deber, el amor. Y me parece muy bien si lo que hacéis es rellenar el tiempo para entreteneros. Pero si hablamos de éxito, no admito más opinión que los resultados. ¿Te ha ido bien en la vida? ¿Vives bien? Pues entonces tienes razón. ¿Vives mal? ¿No has conseguido nada? Pues puedes parlotear cuanto quieras, pero para mí estás lejos del éxito** ... Nuestra amistad es prueba de que cualesquiera dos personas de este mundo, por distintas que sean, pueden compartir una taberna ... *Llega Lico, recio, mayor, rubicundo y lleno de energía. Y a una edad en la que muchos llevarían jubilados más de una década, él sigue inventando, inventándose, viviendo* ... Amigo Lico, siempre eres bienvenido, pero hoy mi alegría al verte es mayor que la habitual ... *No sigas: Yo invito* ... Vivo

entre ricos, parece. Pero no es tu fortuna la que celebro, sino tu sabiduría. Nos sorprendes en medio de una discusión ... *Y con Fausto, que cuenta con su propia sapiencia ya. ¿Qué tema os ocupa? ...* **El éxito. Yo sostengo que la cuestión es muy sencilla: el exitoso es el que ha conseguido una fortuna partiendo de la nada. El que incrementa su hacienda ...** *¿Y tú qué respondes Sócrates? ...* Yo me admiro, sin más, de la capacidad que tiene el oro de cegar los entendimientos ... **¿Qué es el éxito para ti, Lico? ...** *El éxito es salir de la tierra y volver a ver el cielo, sabiendo que no se te va a caer encima. Es salir de la mina, regresar vivo a la superficie y decir: otro día que lo he conseguido. Para mí, el éxito fue dejar la mina atrás, poder hacerlo, inventarme otro modo de llenar la despensa y hacer que mi casa tirara para adelante ...* **¿Lo ves Sócrates? Dinero ...** Me temo que ese dinero y el tuyo son muy distintos, amigo Fausto ... *Éxito, para mí, es haber conseguido hacer lo que quería con mi taller y mis patentes, después de que la burocracia intentara pararme porque sí todos mis proyectos. Éxito es desarrollarte a tu antojo ...* **Pues eso cuesta dinero ...** A veces lo que se compra no es la libertad, sino la esclavitud. ¿Qué otra cosa es si no lo que vive quien anda angustiado, preocupado y ocupado por entero de los medios materiales? ... **¿Lo dices por mí? ...** Hay más personas que tú, Fausto, en la vida. Déjame decir que lo que ocurre a uno, de algún modo, les ocurre a todos ... **Admito, que, llegado a un punto, que el éxito es también reconocimiento. Que los demás tengan una idea favorable de lo que has hecho. Pero es que todo conduce a lo mismo: eso te da buena fama y, bien manejado, es prosperidad ...** De modo que ser exitoso consiste en que todos piensen bien de ti. ¡Qué te parece, Lico? ¿Estás de acuerdo? ... *¿Los demás? Éxito es...que te dejen en paz.* Y ni el mismísimo Sócrates ni el locuaz Fausto responden a la aseveración, que sigue suspendida en el aire, resonando, como un punto y aparte. Así que los tres entienden que la conversación en la escalera ha terminado: es hora de entrar a la sidrería y retomar fuerzas.

Por eso, acerca de la filosofía, se concuerda con Lozano et al. (s.f.) en el enunciado que textualmente escriben “con la mejor facultad del ser humano: la razón...”.

Por otro lado, cabe hacer la reflexión siguiente: que la filosofía es un ámbito cerrado al cual entran para salir después de tomar consciencia, aquellos que nada tuvieron. Que la admirable

cosa buena y hermosa de la que habló Aristóteles sigue conmoviendo las mentes. Que tuvieron que hacer algo para entrar, sin estar velado para nadie.

2.2. FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA

2.2.1. PARTE ONTOLÓGICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Jost, S. et al. (2012), en su libro Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos sociales, dicen sobre lo que no es en RSE.

“En primer lugar es preciso afirmar que la RSE no puede ser ni debe contemplarse como una complicada red de obligaciones, ni como el cumplimiento de reportes sin sentido. Tampoco se trata del desarrollo de un conjunto de actuaciones solidarias, que más parecen medidas de posicionamiento en el mercado”. (p. 21).

Jost et al. (2012) también dicen lo que sí es en RSE:

“Así pues de manera sencilla, la RSE es definida en estas páginas como el compromiso de una organización de hacerse cargo de los impactos que sus decisiones y actividades tienen en la sociedad y el medio ambiente”. (p. 22).

Jost et al. (2012) también dicen cómo deben las empresas hacerse cargo:

“(…) por medio de comportamientos transparentes y éticos consistentes en un desarrollo sostenible, que consideren las expectativas de las partes interesadas, que cumplan con la legislación del país y la internacional, además de que estén integrados al quehacer cotidiano de la organización”. (p. 22).

Precisamente, en la actualidad, ha pasado de ser una actividad de la dirección a una actividad de la organización en la que se hace recomendable que un órgano ad hoc maneje y realice la operacionalización de la responsabilidad social a través de sus procesos y que reporte a la dirección.

2.2.2. PARTE ONTOLÓGICA DEL ÉXITO EMPRESARIAL

Raluy, A. (2012), en su artículo científico sobre el concepto estadounidense de ‘éxito’ frente a su homónimo español, dice:

El mito del éxito fue, y aún sigue siendo, la fuerza que animó a muchos inmigrantes europeos a embarcarse hacia los Estados Unidos (...) Existía en Europa antes del descubrimiento de América, pero su intensidad y particularidad lo hacen característico de la civilización anglosajona americana (...) reunir una fortuna considerable, ha sido uno de los indicadores básicos de éxito en esta sociedad. El embrión de esta concepción del éxito se fraguó en la doctrina calvinista que veía en el trabajo un medio de acercamiento a Dios y en el beneficio material una señal tangible de la aprobación divina. (...) Si fracasamos, por el contrario, será una muestra de que nuestra conducta no complace a Dios y por tanto es justo que nos veamos privados de nuestras posesiones materiales. Comenta que un buen cristiano debería dedicar su tiempo a algún negocio establecido ... para así poder glorificar a Dios haciendo el bien a los demás y consiguiendo un bien para sí mismo. (pp. 266-267).

También, Raluy señala que:

“El ímpetu racionalista de Benjamin Franklin popularizó la idea de éxito secular en el pensamiento americano a partir del siglo XVIII (...) Entendía la riqueza material como un medio al alcance del individuo para avanzar hacia la perfección moral (...) Franklin parece resumir de modo notable la idea americana de lo que es ser un buen ciudadano”. (p.268).

Además, Raluy dice:

Hacia 1830, el trascendentalismo americano repudió la visión teocrática tradicional y defendió un optimismo humanista a ultranza que transformó la idea del éxito. Con Ralf Waldo Emerson, Henry Thoreau y, por supuesto, Ralph Emerson estableció una distinción entre el éxito humano (wealth) y el éxito universal (success) que debe integrarse en el mundo de la naturaleza. (p.269).

Finalmente, Raluy sostiene que:

Conforme fue avanzando la industrialización la situación social fue degradando el mito puritano de que el éxito del individuo revierte en toda la comunidad (...) Algunos grupos filosóficos como los inspiracionistas, sostienen que alcanzar el éxito es el deber de cualquier individuo, pero cuando el enriquecimiento material se

convierte en un fin en sí mismo puede llegar a destruir las virtudes que lo hicieron posible. El dinero solo se justifica si se utiliza al servicio de la comunidad del que lo tiene y su objetivo final debería ser el verdadero éxito: la felicidad, la nobleza de carácter o la tranquilidad. (p. 269).

A continuación, se pasará al siguiente capítulo, que a decir de Hernández (2013), “lo más común para construir el marco teórico es tomar una teoría como base y extraer elementos de otras teorías útiles” (p. 72).

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

3.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

3.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Capurro (2021). Es una tesis de administración titulada ‘La responsabilidad social empresaria en la industria pesquera marplatense: impacto actual y oportunidades’. Argentina.

Objetivo

“Identificar el estado actual de la responsabilidad social empresaria en las empresas de la industria pesquera del Municipio de General de Pueyrredón, estableciendo qué objetivos y programas tienen para medir sus logros”. (Capurro, 2021).

Metodología

En 2021, Capurro dijo:

Enfoque cuantitativo y cualitativo, investigación exploratoria.

La población comprende a las empresas industriales del sector pesquero de la Ciudad de Mar del Plata con los responsables de tomar las decisiones en dichas empresas o

sus responsables de área vinculados al programa de responsabilidad social empresaria.

Se empleó una muestra probabilística para las encuestas de 47 empresas industriales del sector pesquero ubicadas en la ciudad. Se empleó una muestra para el análisis cualitativo con actores de la cadena de valor (armadores, industriales, armadores e industriales) y grupos de interés (representantes sindicales y de gobierno).

Los instrumentos empleados fueron un cuestionario de encuesta y dos guiones de entrevistas, un guion dirigido hacia los empresarios entrevistados y otro dirigido a los integrantes de los distintos grupos de interés a los cuales se accedió.

En 2021, Capurro también dijo:

El desarrollo cuantitativo tuvo en cuenta el Protocolo RSE-MGP y los indicadores ETHOS-IARSE para negocios sustentables y responsables, estructurados sobre la base de la Guía ISO-26000.

El Protocolo RSE-MGP viene de “Protocolo de Responsabilidad Social Empresaria del Municipio de General Pueyrredón”.

El ETHOS-IARSE se desdobra en ETHOS que viene de “Instituto ETHOS de Responsabilidad Empresarial y Social de Brasil”, e IARSE que viene de “Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad”.

El ISO viene de “International Organization for Standardization”, y administra normas internacionales sobre seguridad y salud en el trabajo, medioambiente, calidad, responsabilidad social, etc. La certificación internacional las delega a empresas especializadas en casi todos los países.

En 2021, Capurro también dijo:

Las dimensiones que propuso ETHOS-IARSE son:

- (1) Visión y estrategia,
- (2) Gobierno corporativo y gestión,
- (3) Social, y
- (4) Ambiental.

En 2021, Capurro también dijo:

El Protocolo RSE-MGP estuvo estructurado sobre 7 temáticas:

- (1) Gobernanza de la organización,
- (2) Derechos humanos,
- (3) Prácticas laborales,
- (4) Medioambiente,
- (5) Prácticas justas de operación,
- (6) Asuntos de consumidores,
- (7) Participación y desarrollo de la comunidad.

Resultados

En 2021, Capurro escribió:

El 86 % de las 29 empresas encuestadas son empresas cuya matriz se encuentra dentro de la ciudad de Mar del Plata, Municipio de General Pueyrredón, y 14 % aquellas cuya matriz es del extranjero.

El 84 % de empresas encuestadas son de origen familiar, el 19 % respondió que la gestión de la empresa está a cargo de la primera generación, el 53 % que la gestión está a cargo de la segunda generación, el 14 % manifestaba que la gestión estaba a cargo de la tercera generación, y otro 14 % que la gestión era compartida entre la primera y segunda.

En cuanto a la existencia de una política o estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, el 44 % de las empresas encuestadas de origen en la Ciudad de Mar del Plata respondió afirmativamente. 100 % de las empresas cuya matriz se encuentra en el extranjero, cuenta con una política o estrategia de Responsabilidad Social Empresarial; sin embargo, solo la mitad de las encuestadas cuentan con un cargo o área específica para dicha gestión.

Del total de las encuestadas, el 80 % respondió que su empresa es Pequeña y Mediana Empresa -PyME en Argentina. Pero considerando solo las empresas con matriz local, ese número asciende al 92 %, observándose la preeminencia de las Pequeña y Mediana Empresas dentro del sector.

En 2021, Capurro también escribió:

Se observa que los encuestados reconocieron la RSE como algo marcadamente positivo, de contribución al bien común con 68,97 %, y como parte de las responsabilidades de ser empresario con 68,97 %.

Asimismo, y posiblemente ligadas entre sí, la visión de la RSE como un requerimiento de los mercados y sus canales con 55,17 %, al igual que una ventaja competitiva con 51,72 %, da cuenta de una realidad que se propaga en los principales mercados de destino de los productos pesqueros del Mar Argentino.

También es destacable el poco grado de acuerdo respecto de considerar este tipo de políticas y/o prácticas como un gasto corporativo.

También se observa que la afirmación ‘una necesidad del cliente’ tiene 41,38 %, y Que ‘una necesidad de las empresas’ tiene 37,93 %.

En 2021, Capurro dijo:

Un alto porcentaje de encuestadas que respondió en forma positiva, la relación de las empresas con los distintos grupos de interés tiene mayor nivel de vinculación en lo que respecta a proveedores (96,55 %), clientes (89,66 %) y entorno social (93,19 %).

La relación con los distintos niveles de gobierno presenta cierto grado de indiferencia, las empresas encuestadas identifican que la relación con el Gobierno Provincial/Municipal (48,28 %) es mejor que con el Nacional con 34,48 %.

Por su parte, la relación con los sindicatos se muestra bastante mala, con sólo un 27,59 por ciento de encuestadas que la califican positivamente.

Capurro (2021) también dijo:

En cuanto a los aspectos que afectan más la toma de decisiones en favor de la RSE son la exposición de la empresa y su imagen (75,86 %) y la conflictividad social y laboral (72,41 %) se tienen que trabajar más al encarar una política de RSE.

Capurro (2021) también escribió:

En cuanto al impacto que una política de Responsabilidad Social Empresarial puede tener dentro de sus organizaciones, las encuestadas consideran que los principales

impactos son la reputación de la empresa/valor de marca (89,66 %) y el acceso a nichos de mercado diferenciales (79,31 %), que indiscutiblemente presentan una ventaja competitiva (75,86 %) para aquellas empresas que las adoptan, y la generación de valor para los accionistas (62,07 %) está ligada a la reputación y/o valor de marca; si no tienes un programa de RSE, no te compran.

En 2021, Capurro indicó:

En cuanto a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de las empresas encuestadas en función de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que el 24 % se manifestó en favor de ello, en tanto que ese número alcanza un 50 % cuando se considera solo a las empresas con matriz extranjera.

Capurro (2021) también indicó:

Respecto de la consulta sobre certificaciones alcanzadas por las empresas en los últimos 3 años -por ejemplo, Protocolo RSE-MGP, ISO, BRC, SMETA, IFS u otras- que el 27,5 % de las encuestadas respondió afirmativamente, en tanto que el 6,9 % reportó haberlo hecho en cuanto al Protocolo RSE-MGP o SMETA, lo que da cuenta de la presencia de certificaciones ligadas a la Responsabilidad Social Empresaria.

Cabe aclarar lo siguiente:

El BRC viene de “British Retail Consortium”, la asociación de cadenas de alimentación británicas que en 1998 editaron la norma o protocolo BRC para la gestión de la seguridad alimentaria que comenzaron a exigir a sus proveedores de marcas blancas.

El SMETA viene de “Sedex Members Ethical Trade Audit” y es una metodología de auditoría ética que abarca todos los aspectos de la práctica comercial responsable. Sedex es el nombre de la organización y META es el nombre de la metodología.

El IFS viene de “International Featured Standards”, que abarca normas de seguridad y calidad de productos para empresas dentro de la cadena de suministro de alimentos y bienes de consumo.

Capurro (2021) también dijo:

Consultados respecto de la imagen que la sociedad tiene del empresariado, se observa que el 51,7 % la ubican en forma negativa mala/muy mala y el 41,4 por ciento consideran que la misma es regular.

Por la forma en la que sus empresas realizaban las acciones de RSE, el 48,3 % aseveró que la empresa ayuda ante la demanda originada por diversos sectores, el 31 % afirma que la empresa brinda ayudas puntuales planificadas, un 10,35 % cuenta con prácticas de RSE y monitorean sus resultados, y un 10,35 % ejercen influencia en su cadena de valor y la sociedad en la adopción de una cultura de gestión de la RSE.

Capurro (2021) también escribió:

En cuanto a la Visión y Estrategia, el 93,1 % de las encuestadas respondió que la propuesta de valor de su empresa o grupo de empresas se estructura o está ligada al producto que comercializa o bien a la reputación obtenida a lo largo del tiempo.

Sobre la estructura de su plan estratégico, el 65,5 % de las encuestadas optó por afirmar que prima el criterio de rentabilidad en su estrategia, con el fin de preservar los recursos de los accionistas en primer término, y la continuidad de su personal.

Respecto de su modelo de negocio, el 62,1 % afirmó que sus empresas dan preferencia a la compra de insumos/servicios en función de su economicidad/durabilidad, lo que da cuenta de estar primando el interés económico por sobre aquellos aspectos que involucran cierto criterio de sostenibilidad de los recursos.

En 2021, Capurro indicó:

En cuanto a la Gobernanza de la Organización, el 72,41 % de las encuestadas manifestó cumplir con los acuerdos normados por Ley, pero no contar con un Código interno de Conducta o Ética.

En tanto, el 27,59 % restante cuenta con un Código de Conducta, y que lo comunicó a la organización -sólo el 6,9 %, y que extiende los alcances del Código a su cadena de suministro -sólo el 13,79 %, y que verifica su cumplimiento y aplica sanciones - sólo el 6,9 por ciento.

Analizando sus actividades de Responsabilidad Social, el 62,07 % aseveró que las ayudas al entorno son esporádicas y a demanda, que 10,34 % inspiran su gestión en algún compromiso o iniciativa voluntaria, que 13,79 % ejercen influencia para que otras empresas de su cadena de valor adopten estos compromisos en su estrategia, o que el 13,79 % se involucran en el desarrollo de políticas públicas ligadas a los compromisos de voluntariado asumidos.

Sobre la elaboración de Reportes de las Prácticas de Sostenibilidad de las empresas encuestadas, sólo el 13,79 % afirmó que su organización elabora tales reportes. La mitad de ese porcentaje refiere a empresas con matriz extranjera que elaboran sus reportes.

Capurro (2021) también indicó:

En cuanto a la Dimensión Social, sobre aspectos relativos a la gestión del ámbito laboral, el 65,52 % de las encuestadas afirmó cumplir con la legislación vigente en materia de contratación.

En tanto el 34,48 % mostró un compromiso mayor al exigido por ley: el 13,79 % cuenta con canales de recepción de reclamos por parte de los empleados, y en el mismo porcentaje se sitúan aquellas empresas que trasladan la exigencia del cumplimiento de leyes laborales a su cadena de suministro.

Por último, sólo el 6,9 % es reconocido por sus buenas prácticas laborales, y ha recibido premios, correspondiendo este último sólo a empresas de matriz en el extranjero.

Por otra parte, en procesos de cierre o reestructuraciones masivas de personal, el 72,41 por ciento de las encuestadas afirma cumplir sólo con la legislación vigente en materia de despidos.

En tanto que un 20,69 % manifiesta tener en cuenta indicadores socioeconómicos para llevar adelante los licenciamientos de personal donde un 66,6 % de este porcentaje corresponde a las empresas con matriz en el extranjero.

Evaluando la calidad de vida en el trabajo, el 55,17 % encuestado evalúa las tareas terminadas, no así las horas utilizadas para ello. El 31,03 % compensa las horas extras utilizadas, de manera registrada, en tanto el 13,79 % realiza investigaciones para medir la satisfacción laboral de sus empleados.

En 2021, Capurro también dijo:

Consultados por la existencia de mecanismos de resolución de clientes y/o consumidores, el 34,48 % de los encuestados afirmó tenerlos. Ese porcentaje disminuye al 28 % si no se tuviese en cuenta a las empresas con matriz extranjera: el 75 % de ellas cuenta con ese mecanismo.

En su relación con la comunidad, y los impactos negativos que las empresas puedan generar, el 62,07 % de los encuestados manifiesta cumplimiento y da cuenta de: tener iniciativas para mitigar su impacto (48,28 %); mantener un comité con representantes vecinales (10,34 %) y contribuir con mejoras periódicas en infraestructura que son usufructuadas por la sociedad (3,45 %).

Asimismo, el 37,93 % manifestó que su actividad no genera impacto negativo ni trastornos en la sociedad.

En 2021, Capurro también escribió:

En cuanto a la Dimensión Ambiental, el 62,07 % afirmó que las actividades del sector tienen impacto en el avance del cambio climático y en los riesgos identificados con su avance, el 100 % afirmó que los riesgos del cambio climático afectan a la actividad en forma negativa. El 89,66 % de los encuestados hizo al menos una mención: un 69,23 % con el Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo Pesquero, un 61,54 % con las Cámaras Empresarias, un 30,77 % con distintas esferas del gobierno, un 26,92 % con proveedores, un 19,23 % con clientes, un 11,54 % con Autoridad del Agua, un 3,85 % con sindicatos, un 3,85 % con universidades, y un 10,34 % no sabe.

Si participaban activamente en la certificación de sostenibilidad de las pesquerías, a lo cual el 51,72 % respondió afirmativamente.

Ante el pedido de identificar algunos aspectos negativos de la actividad en el medioambiente, los encuestados eligieron al menos una de las opciones propuestas dando como resultado, el 88,89 % gestión de residuos sólidos, el 88,89 % devolución de capturas al mar, el 74,07 % vuelco de residuos líquidos, 70,37 % desaprovechamiento del agua, el 59,26 % mal uso de los recursos, y 6,9 % ninguna de las anteriores.

Sobre el accionar de las empresas respecto del medioambiente, el 48,28 % aseveró que hace uso eficaz pero no eficiente de los recursos; el 24,14 % participa activamente en iniciativas de tipo ambiental y un 27,59 % monitorea también el desempeño ambiental de su cadena de valor, desarrollando iniciativas de mejora en la materia.

Recomendaciones

Capurro (2021) recomendó:

A partir del presente trabajo, una línea de investigación que podría desarrollarse es el análisis pormenorizado de las prácticas habituales en la industria que estén ligadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Quizás un mayor conocimiento de estos Objetivos y su significado logre que las empresas identifiquen con claridad los alcances que pueden tener sus acciones, y se alineen a ellos.

Podría pensarse también en analizar en profundidad la conformación generacional de la alta dirección de las Pequeña y Mediana Empresas y su nivel de capacitación, siendo esta línea más ligada al análisis de las empresas familiares y sus orígenes, para determinar si en esta estructuración reside parte de la falta de visión frente a una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial en sus empresas.

Cárdenas (2021). Es una tesis doctoral en administración titulada ‘Beneficios laborales y su influencia en el éxito de las industrias manufactureras de Manta, periodo 2011-2015’, presentada el año 2021. Ecuador.

Objetivo

“Probar que los beneficios laborales de los trabajadores influyen en el éxito de las industrias manufactureras en la ciudad de Manta, comprendido entre los periodos 2011–2015”. (Cárdenas, 2021).

Metodología

En 2021, Cárdenas dijo:

La variable Beneficios Laborales de los trabajadores tuvo 3 tres constructos: Remuneración,

Participación de los trabajadores y Capacitación. La variable Éxito de las industrias manufactureras comprendió 2 constructos: Utilidades anuales y Patrimonio neto.

Es una investigación con enfoque cuantitativo, longitudinal, de nivel explicativo en la comprensión de la causa y efecto, de diseño no experimental.

Su población, comprende 42 empresas de la industria manufacturera ecuatoriana en la ciudad de Manta, que incluye pescados y mariscos, armadores pesqueros, farmacéuticas, café y granos, alimentos, etc.

La muestra estadística es de 13 empresas, con una confianza del 95 % y un error del 10 %.

En 2021, Cárdenas también dijo:

Para determinar si los constructos de la variable Beneficios Sociales se correlacionaban linealmente con los de la variable Éxito, se empleó el coeficiente de Spearman dado que los datos no mostraron una distribución normal.

Para determinar si los constructos de la variable Beneficios Sociales influyen y predicen el logro del Éxito de las empresas manufactureras estudiadas, se utilizó el análisis de regresión lineal múltiple.

Resultados

En 2021, Cárdenas indicó:

Que el análisis de regresión lineal múltiple de la Utilidad Neta con los 3 constructos de la variable beneficios sociales de los trabajadores, arrojó un R^2 de 0,426, o sea un 43 % de predicción sobre los datos suministrados; una $\beta=0,022$ para remuneración, una $\beta=2,26$ para participación de los trabajadores; y una $\beta=-0,426$ para capacitación; un $\text{valor-p}=0,578$ para remuneración; un $\text{valor-p}=0,000$ para participación de los trabajadores; un $\text{valor-p}=0,894$ para capacitación; un p-valor 0,000 en el constructo participación de los trabajadores muestra una significancia estadística con $p<0,05$, considerándose significativa y positiva; y también se aprecia que la participación de los trabajadores tiene un mayor poder predictivo con $\beta=2,26$.

En 2021, Cárdenas señaló:

Que el análisis de regresión lineal múltiple del Patrimonio Neto con los 3 constructos de la variable beneficios sociales de los trabajadores, obtuvo un R^2 de 0,793, o sea un 79 % de predicción sobre los datos suministrados; una $\beta=3,164$ para remuneración, una $\beta=17,877$ para participación de los trabajadores; y una $\beta=13,781$ para capacitación; un $\text{valor-p}=0,000$ para remuneración; un $\text{valor-p}=0,000$ para participación de los trabajadores; un $\text{valor-p}=0,569$ para capacitación; un p-valor 0,000 en el constructo remuneración muestra una significancia estadística con $p<0,05$, considerándose significativa y positiva; también, un p-valor 0,000 en el constructo participación de los trabajadores muestra una significancia estadística con $p<0,05$, considerándose significativa y positiva; y también se aprecia que la participación de los trabajadores tiene un mayor poder predictivo con $\beta=17,87$.

En 2021, Cárdenas mencionó:

En la correlación de variables, el coeficiente de Spearman 0,83 de Remuneración con Patrimonio Neto indica una correlación positiva alta; el coeficiente de Spearman 0,63 de Remuneración con Utilidad Neta indica una correlación positiva moderada; el

coeficiente de Spearman 0,77 de Participación de los Trabajadores con Patrimonio Neto indica una correlación positiva alta; el coeficiente de Spearman 0,91 de Participación de los Trabajadores con Utilidad Neta indica una correlación positiva muy alta; el coeficiente de Spearman 0,76 de Capacitación con Patrimonio Neto indica una correlación positiva alta; el coeficiente de Spearman 0,55 de Capacitación con Utilidad Neta indica una correlación positiva moderada. Los resultados indicaron que existe un alto nivel de influencia con relación a los constructos remuneraciones y participación de los trabajadores como variables explicativas para los constructos dependientes estudiados, demostrando mediante análisis de regresión lineal simple y múltiple su influencia en el nivel de éxito en las empresas de Manta, en el periodo comprendido entre 2011 – 2015.

Recomendaciones

En 2021, Cárdenas recomendó:

Que los incentivos económicos y no económicos sean analizados desde los requerimientos de los trabajadores hacia los objetivos de las empresas y no en sentido contrario.

Que los resultados del plan de incentivos no salariales sean revisados, evaluados y reestructurados de manera periódica.

Con respecto a la variable remuneración, que se haga mayor control y análisis de sus procesos, ya que éstos sí tienen influencia directa en los resultados y éxito que pretende lograr la empresa (...) que se recompense la responsabilidad y eficiencia en forma de salario emocional a través de incentivos laborales con actividades ‘outdoor training’ para equipos, reforzar los valores institucionales y personales, y ascensos laborales a través de un plan de carrera.

Con respecto a la variable participación económica de los trabajadores, que se haga la planificación con enfoque holístico del bienestar laboral que incluye el bienestar ecologista sobre los espacios de su trabajo, el bienestar económico de la repartición de sus utilidades por derecho para tener una mejor motivación; el bienestar sociológico de su modus vivendi, demografía, ocio y familia; y el psicosocial de pertenencia subjetiva y objetiva en la frecuencia de estados sociales afectivos.

Con respecto a la variable capacitación del trabajador, se señaló la existencia de limitaciones en la capacitación. Se recomienda que se capacite al trabajador en las funciones inherentes a su cargo y sobre la línea de su plan de carrera según la gerencia de capital humano; socializar constantemente la visión y valores de la empresa en los colaboradores; dar capacitación técnica al trabajador para lograr competencia, calidad y productividad; que la empresa firme un convenio de creación de unidad de capacitación industrial con la universidad con programas de mejora de gestión y productividad que permita potencializar las actitudes, competencias laborales y desarrollo humano del trabajador para una mayor tributación a la empresa y autorrealización familiar.

Cevallos (2019). Es una tesis doctoral en administración titulada ‘Responsabilidad social corporativa de la industria atunera y su influencia en el desarrollo socioeconómico sostenible de la Ciudad de Manta-Ecuador’, presentada el año 2019. Ecuador.

Objetivo

“Comprobar cómo influye la responsabilidad social corporativa de la industria atunera en el desarrollo socioeconómico sostenible de la Ciudad de Manta-Ecuador”. (Cevallos, 2019).

Metodología

En 2019, Cevallos indica:

Que las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa son Gestión socioeconómica y ambiental, Aplicación de la responsabilidad social, y Gobierno local y nacional ante la responsabilidad social. Y señala que las dimensiones del Desarrollo Socioeconómico Sostenible de la industria atunera en Manta son Impacto con el desarrollo social y económico, e Impacto con el desarrollo medioambiental de Manta.

En 2019, Cevallos sostiene:

Que es una tesis con enfoque de investigación cuantitativa, de nivel causa y efecto, de diseño no experimental, descriptiva, correlacional, explicativa, transversal.

La Población es el total de 253 441 habitantes de Manta al censo del 2017.

La muestra estadística es 202 personas con una confianza del 90 % y error del 5 %.

Se empleó la técnica de análisis documental con un fichaje referencial de fuentes primarias y secundarias.

En 2019, Cevallos menciona:

Que se empleó la técnica de la encuesta con un cuestionario de encuestas aplicado a la zona de mayor influencia de empresas atuneras en Manta.

Como hipótesis se consideró ‘Hay influencia de la responsabilidad social corporativa de la industria atunera en el desarrollo social, económico y ambiental sostenible de la ciudad de Manta-Ecuador’ y se utilizó la prueba de Chi-Cuadrado.

Resultados

En 2019, Cevallos dijo:

Se encontró que la Responsabilidad Social Corporativa de la industria atunera, tiene influencia negativa en el desarrollo socioeconómico ambiental sostenible de la ciudad de Manta-Ecuador. Obtuvo los siguientes resultados:

Sobre la Gestión socioeconómica y ambiental de la industria atunera, el 62,38 % respondió que es prácticamente mala, el 23,76 % y el 13,86 % como buena y regular respectivamente.

Sobre la Aplicación de la responsabilidad social de la industria atunera en Manta, refieren que el 75,74 % de los encuestados opinaron que es mala, regular un 18,81 % y buena con el 5,45 %.

Sobre la Gestión del gobierno local y nacional ante la responsabilidad social corporativa de la industria atunera, el 51,49 % de los encuestados opinaron que dicha gestión es mala, regular con un 46,04 % y buena con el 2,48 %.

Sobre el Impacto en el desarrollo social y económico de Manta, refieren que el 41,58 % de los encuestados opinaron que dicha gestión es considerada mala, regular con 18,32 % y buena con el 40,10 %.

Sobre el Impacto en el desarrollo medio ambiental de Manta, refieren que el 72,28 % de los encuestados opinaron que dicha gestión es mala, gestión regular con un 17,33 % y buena con el 10,40 %.

Recomendaciones

En 2019, Cevallos recomienda:

Promover en los gobiernos autónomos descentralizados y autoridades gubernamentales del país, la implementación del plan de acción propuesto en la presente tesis, en miras de lograr que la responsabilidad social corporativa de la industria atunera tenga un efecto positivo en el desarrollo social, económico y ambiental con sostenibilidad en la Ciudad de Manta-Ecuador.

Que el sector industrial pesquero, juntamente con las entidades gubernamentales locales, promuevan la organización de mesas de trabajo para aplicar lo indicado en la propuesta de programa estratégico de desarrollo sostenible, a fin de que la gestión de la industria atunera cumpla con los propósitos de que, junto con su desarrollo empresarial, también se alcance el desarrollo social y económico sostenible en el medio en donde estén asentadas.

Hay que considerar que el asunto de la responsabilidad social corporativa de la industria atunera debe tomárselo como una situación que debe ampliarse más allá del control, cumplimiento y aplicación de la legalidad en lo que respecta a sanciones por incumplimiento, buscando ese compromiso ético por parte del sector industrial, en la aplicación de buenas prácticas de responsabilidad social con sostenibilidad.

Ocasionar que el gobierno local y nacional, en su gestión de control, monitoreo, recursos empleados, informes a la comunidad, aplicación de la legislación ambiental y exigencias al cumplimiento de medidas de seguridad establecidas por el Estado, por parte de los gremios del sector pesquero para la protección de especies marinas y otros compromisos de la industria pesquera; permitan que el desarrollo de la ciudad, esté enmarcado en una efectiva gestión gubernamental en miras de lograr un desarrollo sustentable de la ciudad.

Que el análisis y estudio de esta tesis, sea considerada en la línea de investigación futura por académicos, profesionales e instituciones como los gobiernos locales y

entidades gubernamentales de control del medio ambiente, en el ámbito del desarrollo sostenible de los pueblos , así como el aplicar este tipo de estudios en otras ciudades y regiones, que convaliden estos y otros resultados obtenidos, planteando y formulando nuevas hipótesis, nuevos indicadores de gestión y desarrollo sostenible, que permitan la implementación de otros modelos o propuestas, como la presentada en esta tesis.

Esparza y Reyes (2019). Es un artículo científico en administración titulada ‘Prácticas de responsabilidad empresarial desarrolladas por empresas familiares mexicanas y su efecto en el éxito competitivo y la innovación’. México.

Objetivo

“Identificar los efectos que tienen las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desarrolladas por Mipymes familiares en el éxito competitivo y la innovación”. (Esparza y Reyes, 2019).

Metodología

En 2019, Esparza y Reyes dicen:

La variable Responsabilidad Social Empresarial tuvo 4 dimensiones con 24 ítems; donde sus dimensiones son Medioambiente, Empleados, Sociedad y Clientes.

Con éstos llegó a determinar si las empresas mexicanas estudiadas presentaban alguna práctica medioambiental que minimice el impacto ambiental de sus actividades; diseña productos y empaquetamiento que puede ser reutilizado, reparado o reciclado; excede voluntariamente las regulaciones medioambientales legales; realiza periódicamente auditorias medioambientales; reutiliza y recicla materiales; adopta medidas de diseño de productos/servicios ecológicos; adopta programas para el uso de energías alternativas; implementa programas de reducción del consumo de agua; realiza inversiones para ahorrar energía.

También, si presentaban alguna práctica laboral que tenga en cuenta los intereses de los empleados a la hora de tomar decisiones; apoya a los empleados que desean continuar formándose; apoya a sus empleados a conciliar vida laboral y personal;

reconoce la importancia del empleo estable para sus empleados y la sociedad; desarrolla programas periódicos de formación; y evalúa el clima laboral de sus empleados en forma periódica.

También, si presentaban alguna práctica de compromiso con la sociedad que incorpore los intereses de su comunidad en sus decisiones empresariales; apoya actividades deportivas o culturales en su comunidad; mantiene relaciones transparentes con los políticos locales; se considera parte de la comunidad y se preocupa por su desarrollo; y tiene programas de apoyo a grupos desfavorecidos/vulnerables.

También, si presentaban alguna práctica con sus clientes de si cumple sus compromisos sobre calidad y precio justo; informa a sus clientes sobre el uso apropiado de sus productos y los advierte de posibles riesgos; toma medidas para prevenir quejas de los clientes; y da respuesta a las quejas.

“Las dimensiones de la variable Éxito Competitivo son Ventas, Cuota de mercado, Satisfacción de clientes, Beneficios/Utilidad, Rentabilidad, Calidad de productos, y Superioridad tecnológica”. (Esparza y Reyes, 2019).

En 2019, Esparza y Reyes dicen:

Con respecto a la variable Innovación Empresarial, buscar si las empresas estudiadas presentaban alguna práctica de innovación, de si las innovaciones basadas en resultados son fácilmente aceptadas; la gerencia busca activamente ideas innovadoras; la innovación es fácilmente aceptada para la gestión de programas/proyectos; y los empleados se sienten libres de expresar sus ideas innovadoras.

En 2019, Esparza y Reyes también dicen:

Fue una investigación de tipo exploratoria y descriptiva de corte transversal.

La Población de unidades económicas consta de micro, pequeña y mediana empresas en el sur del estado de Quintana Roo, México. Donde su tejido empresarial por sectores de actividad comprende manufactura con 3 039 empresas, comercio con 20

395, servicios con 21 124 y otros con 522, sumando una población de 45 080 empresas.

La muestra fue 245 empresas con 95 % de significación y 6,2 % de error de muestreo. La composición de la muestra fue 226 microempresas, 18 pequeñas empresas, 1 mediana empresa, sumando 245.

Los datos de las empresas se obtuvieron del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas de México.

En 2019, Esparza y Reyes mencionan:

Se aplicó una encuesta con un cuestionario a los directores, gerentes o propietarios de las empresas. Se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales SEM con coeficiente estandarizado beta, p-valor y Test de Chi-Cuadrado para contrastar las hipótesis mediante el programa estadístico AMOS.

Resultados

En 2019, Esparza y Reyes exponen:

En cuanto a la relación Responsabilidad Social Empresarial y Éxito Competitivo, los resultados obtenidos $\beta=0,071$ y $p<0,01$, indican que las prácticas de RSE desarrolladas por las Mipymes familiares tienen un efecto positivo y estadísticamente significativo en el éxito competitivo.

En cuanto a la relación RSE e Innovación, los resultados obtenidos $\beta=1,299$ y $p<0,001$, muestran una relación positiva y significativa, lo que permite confirmar que la RSE tiene un efecto positivo y significativo en la Innovación Empresarial.

En cuanto a la relación Innovación Empresarial y Éxito Competitivo, se obtuvo un resultado de $\beta=0,042$ No Significativo, lo que no permite confirmar estadísticamente que la Innovación Empresarial tenga un efecto significativo en el Éxito Competitivo de las empresas familiares.

Recomendaciones

“Sería interesante como futura línea de investigación considerar un mayor tamaño muestral, un estudio longitudinal e incrementar el análisis a otras áreas de la geografía del Estado de Quintana Roo, y del país”. (Esparza y Reyes, 2019).

Hernández-Palma y Pitre-Redondo y Orozco-Daza (2020). Es un artículo científico titulado ‘Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial’. Colombia.

Objetivo

“Comprender la responsabilidad social empresarial como mecanismo para transformar la organización y satisfacer los diferentes grupos de interés con los que interactúa”. (Hernández-Palma y Pitre-Redondo y Orozco-Daza, 2020).

Metodología

En 2020, Hernández-Palma et al. dicen:

La Responsabilidad Social Empresarial tiene Dimensión Interna y Dimensión Externa. Donde la dimensión interna se basa en: Gestión del capital humano, Aspecto de la gestión de la seguridad y salud en el trabajo, Proceso de adaptación al cambio, y Área de gestión del impacto ambiental y los recursos naturales. Y que la dimensión externa está basada en: Trabajo hacia las comunidades locales, Procesos socio comerciales con los proveedores y consumidores, Fortalecimiento y protección de los derechos humanos, Gestión y respuesta ante los problemas ambientales a nivel mundial.

Este artículo de investigación se estructuró en un enfoque mixto -cualitativo y cuantitativo.

Se aplicaron técnicas de análisis de contenido y el método de reflexión inductiva, todo ello soportado en los principales referentes teóricos asociados con la responsabilidad social empresarial y la gestión empresarial.

Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que las organizaciones colombianas realizaron se evidencian por medio de los estudios realizados por la Asociación Nacional de Industriales de Colombia.

Resultados

En 2020, Hernández-Palma et al. exponen:

Primero, las acciones de responsabilidad social empresarial pasaron de 50 % a 77 % representando un incremento del 54 % respecto al año evaluado.

El segundo componente que surge en las empresas son los programas para mejorar el bienestar de los empleados y sus familias, encontrándose una tendencia positiva del 3 por ciento.

En tercer lugar, la filantropía es un elemento aún presente en la gestión de RSE en la empresa colombiana, sin embargo, es notorio un decremento de este indicador entre 2015 y 2017, pasando de 70 % a 64%, con lo cual se puede confirmar que hay una transformación en la visión de la Responsabilidad Social Empresarial en el país.

En cuanto a la motivación principal de las empresas para avanzar en mejores prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, un 58 % incorporan la RSE en su gestión empresarial para lograr un incremento de la competitividad; el 33 % de las empresas manifiestan que la RSE se implementa por cambios en la regulación del gobierno, es decir, su visión se basa en el cumplimiento de normativas y regulaciones.

El 25 % de las empresas manifiesta que el posconflicto es un escenario que parece estar impulsando a las compañías a incorporar la Responsabilidad Social Empresarial como política gerencial.

El 24 % incorpora la Responsabilidad Social Empresarial por presión de los grupos de interés; un 23 % opta por la RSE por requerimientos de los consumidores; un 20 % por oportunidades en la cadena de abastecimiento y mejora en productos y servicios; un 14 por ciento por certificaciones, códigos de conducta y reportes voluntarios, un 13 % por escasez y falta de calidad del recurso humano, y un 7 % por requerimientos y barreras en mercados.

Recomendación

“Que el sector privado realice un proceso de acercamiento hacia nuevos modelos de gestión organizacional con vínculos entre las empresas y los enfoques de la responsabilidad social; promueva la planificación, organización, ejecución y evaluación; mantenerse en el mercado mundial competitivamente” (Terry, 2005; citado por Hernández-Palma et al., 2020, p. 40).

Jánica y Hernández-Fernández y Escobar y Velandia (2023). Es un artículo de administración titulado ‘Factores que explican, median y moderan el fracaso empresarial: Revisión de publicaciones indexadas en Scopus (2015-2022)’. Venezuela.

Objetivo

“Caracterizar las variables que explican, moderan y median el fracaso empresarial”. (Jánica y Hernández-Fernández y Escobar y Velandia, 2023).

Metodología

El 2023, Janica et al. dicen:

La investigación siguió un enfoque cualitativo, método inductivo, de alcance descriptivo-exploratorio y diseño longitudinal.

El estudio se inició considerando la pregunta: ¿Qué variables explican, moderan y median el fracaso empresarial?; a partir de la cual se definió el objetivo.

Se realizó una revisión de artículos en la base de datos Scopus, el descriptor de búsqueda fue “Business Failure” que permitió encontrar 1 210 productos de investigación; se limitaron los resultados por las áreas temáticas “Business management and accounting” y “Economics, econometrics and finance” que hizo reducir los productos a 799; se excluyó otras áreas del conocimiento como, “Arts and humanity”, “Computer science”, “Decision sciences”, “Engineering”, “Environmental science”, “Mathematics”, y “Psychology” que redujo los productos a 512; y se consideró el periodo comprendido entre los años 2015 y 2022 que redujo los trabajos a 218, sin delimitar el país e idioma.

Los 218 trabajos de investigación estuvieron conformados por 190 artículos, 17 capítulos de libros, 9 documentos de conferencias, 7 revisiones, y 5 libros resultados de investigación.

Para empezar a escribir el artículo, se emplearon la percha de análisis y la tabla de análisis y síntesis.

Cabe aclarar que la percha de análisis, definida por Guirao et al. (2008), es:

Esquema mental donde se va colgando la información más relevante de toda la lectura de la bibliografía en cada percha o ítem del esquema. De esta manera podemos ir combinando la información de diferentes fuentes en una estructura de carácter común y comenzar a redactar el artículo (pp. 17-18).

El 2023, Jánica et al. también dicen:

Luego de la lectura crítica de los contenidos y a la luz de los resultados, se inició con el proceso de codificación abierta, asignando un código descriptivo a cada aspecto considerado relevante. Se identificó cada producto con un número y a su lado se consignó información relativa a los autores, año de publicación, resumen, URL, título, número de citas, revista de publicación y tipo de documento. El trabajo se apoyó en las bitácoras y tablas de análisis.

Cabe aclarar que URL es la ubicación de una página web o de un archivo en internet, asimismo, URL es el acrónimo en inglés de Uniform Resource Locator. Según Gourley, D. et al. (2002) Así lo definen: “The Uniform Resource Locator URL is the most common form of resource identifier. URLs describe the specific location of a resource on a particular server. They tell you exactly how to fetch a resource from a precise, fixed location” (p. 6).

“En el proceso de codificación abierta, el criterio de clasificación fue cada uno de los aspectos que los investigadores identificaban como alguna variable explicativa, moderadora o mediadora del fracaso empresarial”. Jánica et al. (2023).

“En el proceso de construcción de categorías emergentes, el criterio de agrupación fue las características comunes de las categorías abiertas”. Jánica et al. (2023).

“Mediante el proceso de reordenación, integración y priorización, se extrajeron conclusiones a la luz del marco teórico utilizado permitiendo postular una respuesta a la pregunta inicial del trabajo”. (Jánica y Hernández-Fernández y Escobar y Velandia, 2023).

Resultados

En 2023, Jánica et al. exponen:

De un total de 228 artículos acerca de “Fracaso Empresarial”, sólo ocho fueron publicados en español. Los demás se encontraron publicados en inglés, a excepción de dos que fueron publicados en francés.

Las revistas con dos o más publicaciones de “Fracaso Empresarial” en el periodo estudiado, de más a menos, son: Journal of Business Research de Países Bajos, Journal of Small Business and Enterprise Development de Reino Unido, Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa de España, Journal of Business Ventury de Países Bajos, International Journal of Economic Research de la India, Entrepreneurship: Theory and Practice de Estados Unidos, Fuzzy Economic Review de España, International Review of Financial Analysis de Países Bajos, Revista Española de Financiación y Contabilidad - con sus publicaciones en inglés- de Reino Unido [sic], y Studies in Economics and Finance de Reino Unido.

Variables explicativas del fracaso empresarial. En el proceso de revisión documental emergieron cinco Enfoques o Categorías Emergentes que usaron la variable “fracaso empresarial” como dependiente: Enfoque Organizacional, Enfoque Financiero, Enfoque de Recursos y Capacidades, Enfoque de Individuos, Enfoque de Entorno, y un sexto Enfoque o Categoría Emergente que usó el “Fracaso Empresarial” como variable independiente.

Con respecto al Enfoque Organizacional

Encierra dos Aspectos o Categorías Cerradas: Aspecto de la Administración y Aspecto de Cualidades de la Empresa.

El Aspecto de la Administración encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Liderazgo, Administración ejecutiva, Exceso de confianza, Gestión empresarial, Controles financieros, Participación de la familia en la administración, Gobernabilidad, Características de la dirección, Estructuras de gobierno corporativo, Cambio de lógica de creación de negocio, Reglas de decisión, Acciones/Decisiones voluntarias internas, Mecanismos de gobierno corporativo, Miopía gerencial, Miopía estratégica, Gestión de riesgo, y Coaching.

El Aspecto de Cualidades de la Empresa encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Tamaño de la empresa, Edad de la empresa, Crecimiento empresarial, Marketing, Resiliencia empresarial, Historia, Interferencia familiar, Brechas de poder, Etapa del ciclo de vida, Sostenibilidad ambiental.

Con respecto al Enfoque Financiero

Encierra tres Aspectos o Categorías Cerradas: Aspecto Financiero, Aspecto de Rubros Contables y Aspecto de Acceso a Financiación.

El Aspecto Financiero encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Crisis financiera, Ciclo económico, Educación financiera, Ratios financieros, Ratios de liquidez, Ratios de actividad, Crisis hipotecarias, Controles financieros, Rentabilidad, Liquidez, Equilibrio de los resultados, Solvencia, Razón corriente, Retorno de la inversión, Rentabilidad neta, Efectos salariales de los sindicatos, y Asistencia financiera.

El Aspecto de Rubros Contables encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Ventas totales, Activos totales, Gastos financieros, Patrimonio, Prácticas contables mínimas, Cuentas malas, Pasivos, Flujo de efectivo.

El Aspecto Acceso a Financiación encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Acceso a la financiación, Inversión extranjera, e Inflexibilidad crediticia.

En 2023, Jánica et al. también exponen:

Con respecto al Enfoque de los Recursos y Capacidades, encierra cinco Aspectos o Categorías Cerradas: Aspecto Rigideces Organizacionales, Aspecto de Capacidades

Organizacionales, Aspecto de Aprendizaje Organizacional, Aspecto de Capital Intelectual, y Aspecto de Innovación.

El Aspecto Rigideces Organizacionales encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Rigidez de la capacidad comercial, Mala capacidad de adaptación, Cambio en las actitudes generacionales hacia la deuda, y Cultura.

El Aspecto Capacidades Organizacionales encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Mala asignación de la atención, Deficiencias internas, Divergencia de la distancia, Autoeficacia empresarial, Eficiencia técnica, e Ignorar tendencias de consumidores.

El Aspecto Aprendizaje Organizacional encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Capacitación profesional en la gestión de producción, Capacitación empresarial, y Recurso humano.

El Aspecto Capital Intelectual encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Capital intelectual y Capital humano.

El Aspecto de Innovación encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Innovación abierta, I+D+I, y Uso de TIC.

En 2023, Jánica et al. mencionan:

Con respecto al Enfoque de Individuos

Encierra un solo Aspecto o Categoría Cerrada: Cualidades de los Emprendedores.

El Aspecto Cualidades de los Emprendedores encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Edad de los emprendedores, Género, Temor al fracaso empresarial, Perfil del empresario, Mentalidad de corto plazo, Orientación preventiva, Orientación promotora, Características del franquiciador, Origen étnico.

En 2023, Jánica et al. también mencionan:

Con respecto al Enfoque de Entorno

Encierra tres Aspectos o Categorías Cerradas: Aspecto Entorno Económico y Legal, Aspecto Enfoque Geográfico, y Aspecto Delito.

El Aspecto Entorno Económico y Legal encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Condiciones climáticas adversas, Difusión de aseveraciones

falsas o incorrectas, Volumen de noticias, Incertidumbre ambiental, Incertidumbre tecnológica

Incertidumbre organizativa, Incertidumbre relacional, Volatilidad del negocio, Agentes económicos externos, Pobreza, Incidentes públicos de la empresa, Factores externos, Caída de la actividad económica, Velocidad del mercado, Legislación laboral complicada, Altos impuestos, Redes sociales, Subsidios, Ley de bancarrota personal, Eventos ambientales deterministas externos, Política gubernamental, Operaciones comerciales, Ambigüedad de mercado, Programas de apoyo empresarial, Instituciones, Unión gobierno-industria, Presión de la comunidad anfitriona, Regulación, Política fiscal, Revolución digital, Recesión económica, Competencia intensa, Stakeholders, Mercados globales inaccesibles, y COVID-19.

El Aspecto Enfoque Geográfico encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Ubicación, Territorio, Proximidad geográfica entre empresas, Instalaciones de transporte, Características del personal cercano, Cultura nacional, Impactos ambientales extremos, Tamaño de la ciudad, y Plagas.

El Aspecto Delito encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Terrorismo, Fraude, y Criminalidad.

En 2023, Jánica et al. manifiestan:

Con respecto al sexto Enfoque con trabajos que usaron el “Fracaso Empresarial” como variable independiente.

Encierra un solo Aspecto o Categoría Cerrada: El Aspecto de “Fracaso Empresarial como variable independiente”.

El Aspecto de “Fracaso Empresarial como variable independiente” encierra las siguientes Variables Explicativas o Categorías Abiertas: Experiencia en fracasos empresariales, Fracaso empresarial, y Respuesta al fracaso.

En 2023, Jánica et al. también dicen:

Variables que moderan el fracaso empresarial. “En el proceso de revisión documental destacan variables no controladas por la organización, cuya presencia puede afectar la relación causal entre las variables explicativas y las fallas o fracasos

empresariales” (Andrew et al., 2006; Sansores, 2020; citados por Jánica et al. et al., 2023, p. 87).

También se trabajó con los cinco enfoques o categorías emergentes: Enfoque Entorno, Enfoque Organizacional, Enfoque Financiero, Enfoque desde los Individuos, Enfoque Recursos y Capacidades.

En 2023, Jánica et al. exponen:

Con respecto al Enfoque Entorno

Encierra un solo Aspecto: El Aspecto Entorno Económico y Legal.

El Aspecto Entorno Económico y Legal encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abiertas: Desarrollo del País, Severidad y frecuencia de condiciones climáticas,

Competencia intensa, Seguro, y Factores externos.

En 2023, Jánica et al. describen:

Con respecto al Enfoque Organizacional.

Encierra dos Aspectos o Categorías Cerradas: El Aspecto Cualidades de las Empresas y el Aspecto de la Administración.

El Aspecto Cualidades de las Empresas encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abiertas: Edad de la empresa, Tamaño de la empresa, Escalafón empresarial, Desarrollo institucional, Productividad, y Cultura.

El Aspecto de la Administración encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abiertas: Gestión empresarial, Orientación empresarial, Uso de procesos de alineación estructural, Administración conyugal, Liderazgo por mérito y Factores internos.

En 2023, Jánica et al. también describen:

Con respecto al Enfoque Financiero.

Encierra dos Aspectos o Categorías Cerradas: El Aspecto Rubros Contables y el Aspecto Acceso a financiación.

El Aspecto Rubros Contables encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta

Nivel de pérdida.

El Aspecto Acceso a financiación encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta: Fondos de garantía de crédito.

En 2023, Jánica et al. también describen:

Con respecto al Enfoque de los Individuos.

Encierra un solo Aspecto o Categoría Cerrada: El Aspecto Cualidades de los emprendedores.

El Aspecto Cualidades de los emprendedores encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abiertas: Edad de los emprendedores, Experiencia en fracasos empresariales, Culpa del emprendedor, Calidad del espíritu empresarial, Tiempo de reinserción, Apoyo familiar, Industria dominada por mujeres.

En 2023, Jánica et al. también describen:

Con respecto al Enfoque de los Recursos y Capacidades.

Encierra cuatro Aspectos o Categorías Cerradas: El Aspecto Capital intelectual , El Aspecto Aprendizaje organizacional, El Aspecto Capacidades Organizacionales, y el Aspecto Innovación.

El Aspecto Capital intelectual encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta: Capital intelectual.

El Aspecto Aprendizaje organizacional encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta: Aprendizaje organizacional.

El Aspecto Capacidades Organizacionales encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta: Capacidades Organizacionales.

El Aspecto Innovación encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta: Innovación.

En 2023, Jánica et al. dicen:

Variables que median el fracaso empresarial. En el proceso de revisión documental destacan variables que juegan el papel de mediadoras.

Se encontraron en tres Enfoques o Categorías Emergentes: Enfoque Organizacional, Enfoque de Recursos y Capacidades y Enfoque de Entorno.

Con respecto al Enfoque Organizacional.

Encierra dos Aspectos o Categorías Cerradas: El Aspecto Cualidades de las Empresas y el Aspecto de la Administración.

El Aspecto Cualidades de las Empresas encierra la siguiente Variable Moderadora o Categoría Abierta: Marketing.

El Aspecto de la Administración encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abiertas: Gestión empresarial y Decisiones de los agentes.

En 2023, Jánica et al. también dicen:

Con respecto al Enfoque de los Recursos y Capacidades.

Encierra un solo Aspecto o Categoría Cerradas: El Aspecto Aprendizaje organizacional.

El Aspecto Aprendizaje organizacional encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abierta: Aprendizaje organizacional, Co-creación didáctica, y Crowdsourcing.

En 2023, Jánica et al. también proponen:

Con respecto al Enfoque Entorno

Encierra un solo Aspecto: El Aspecto Entorno Económico y Legal.

El Aspecto Entorno Económico y Legal encierra las siguientes Variables Moderadoras o Categorías Abiertas: Competencia intensa, Sensibilidad de la industria, y Proceso de transición comercial.

Recomendaciones

En 2023, Jánica et al. recomiendan:

Debido a que el diseño del estudio es revisión documental, se reconoce una limitación, por lo que se recomienda continuar este estudio desde el paradigma positivista, cuya fuente de información sea primaria; a fin de contrastar los resultados obtenidos directamente de lo fáctico.

Se recomienda realizar trabajos que consideren una mayor ventana de observación y otras bases de datos, lo cual permitiría develar otras categorías. Todo lo anterior lograría una mayor fundamentación, si se realizan triangulaciones que permitan validar los resultados.

Sánchez-Infante (2017). Es una tesis doctoral en administración titulada ‘Influencia de la responsabilidad social empresarial, en resultados económicos, de las micro, pequeñas o medianas empresas’, España.

Antes de continuar, cabe aclarar que el término ‘Mipymes’ administrado en España significa Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Objetivo

“Analizar la influencia de las acciones de responsabilidad social empresarial en los resultados económicos”. (Sánchez-Infante, 2017).

Metodología

En 2017, Sánchez-Infante dice:

La Población está determinada por 409 empresas españolas con tipo de sociedad SA de Sociedad Anónima y SL de Sociedad Limitada que realizaron memorias de sostenibilidad 2009/2010.

La Muestra es de 278 empresas -con 36 sociedades anónimas y 242 sociedades limitadas de toda España- viene con los datos económico-financieros obtenidos de la base de datos del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

Los datos de las memorias de sostenibilidad de las empresas vienen del cuestionario realizado y supervisado por el Instituto de Crédito Oficial y la Caja Navarra.

La Responsabilidad Social Empresarial es un constructo exógeno constituido por 3 dimensiones:

- (1) Social,
- (2) Económica, y
- (3) Medioambiental;

Los Resultados Económicos son un constructo endógeno constituido por datos económico-financieros, y estando la muestra a analizar formada por Micro, Pequeña y Mediana empresa de diferentes sectores, dependen más de la asignación de los recursos disponibles para programas o actividades concretas, que de la respuesta del mercado a las medidas tomadas por las compañías. Por eso, se ha tratado de identificar la eficiencia interna de la empresa y no tanto la respuesta del mercado exterior.

Los datos económico-financieros que permitieron evaluar los resultados de la empresa a nivel de negocio son:

- (1) Ingresos de explotación,
- (2) Resultados anuales,
- (3) Activo, y
- (4) Fondos propios.

Fue una investigación de corte transversal con método hipotético-deductivo. Y estudió la relación de Responsabilidad Social Empresarial con Resultados Económicos.

Se utilizaron las metodologías estadísticas SEM/PLS y fsQCA.

Se empleó el estadístico coeficiente de regresión beta (se acepta si $\beta > 0,2$) del análisis Bootstrap para los dos constructos, y el p-valor (se acepta si $p < 0,05$) del análisis multigrupo para las variables moderadoras Antigüedad y Tamaño de la Empresa.

Resultados

En 2017, Sánchez-Infante expone:

En cuanto al número de organizaciones por el tamaño de empresa, son:

148 empresas con 1 a 9 empleados;

105 empresas con 10 a 49 empleados; y

25 empresas con 50 a 249 empleados.

En cuanto al número de organizaciones por el tamaño de empresa y forma jurídica, son:

De Sociedad Anónima:

6 empresas con 1 a 9 empleados,
23 empresas con 10 a 49 empleados, y
7 empresas con 50 a 249 empleados.

De Sociedad Limitada:

142 empresas con 1 a 9 empleados,
82 empresas con 10 a 49 empleados, y
18 empresas con 50 a 249 empleados.

En cuanto al número de organizaciones por antigüedad de empresa, son:

41 empresas con 1 a 10 años,
134 empresas con 11 a 20 años, y
103 empresas con más de 20 años de antigüedad.

En cuanto al número de organizaciones por antigüedad y tamaño de empresa, son:

De 1 a 10 años:

35 empresas de 1 a 9 empleados,
6 empresas de 10 a 49 empleados, y
0 empresas de 50 a 249 empleados.

De 11 a 20 años:

78 empresas de 1 a 9 empleados,
49 empresas de 10 a 49 empleados, y
7 empresas de 50 a 249 empleados.

De 20+ años:

35 empresas de 1 a 9 empleados,
50 empresas de 10 a 49 empleados, y
18 empresas de 50 a 249 empleados.

El 49 % de las organizaciones estudiadas serían empresas manufactureras y de agroindustria/pesca.

El 2017, Sánchez-Infante también expone:

Los resultados obtenidos del análisis de los modelos basados en los constructos de segundo orden, aceptando coeficientes de regresión o beta mayores que 0,2; análisis Bootstrap en una distribución t-Students de una cola para n submuestras con p-valor menor que 0,05, para determinar qué relaciones son significativamente estadísticas, son:

La adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en todas sus dimensiones tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,791$.

La adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,780$.

La adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,547$.

La adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión medioambiental tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,576$.

El 2017, Sánchez-Infante describe:

Los resultados obtenidos del análisis de variables moderadoras son:

La variable moderadora Antigüedad no modera la relación Responsabilidad Social Empresarial - Resultado Económico, es decir es independiente de la antigüedad de la empresa, con $p=0,062$ para subgrupo 1 a 10 años, con $p=0,366$ para subgrupo 11 a 20 años, con $p=0,143$ para subgrupo mayor que 20 años.

La variable moderadora Tamaño sí modera la relación Responsabilidad Social Empresarial - Resultado Económico, es decir esta relación es dependiente del tamaño de la empresa, sólo con $p=0,004$ para subgrupo de 10 a 49 empleados, y con $p=0,010$ para subgrupo de 50 a 249 empleados. No es significativa con $p=0,169$ para subgrupo de 1 a 9 empleados.

Recomendaciones

El 2017, Sánchez-Infante recomienda:

Dado que el ámbito nacional del estudio fueron empresas micro, pequeñas y medianas empresas de todo el territorio Español, podría ser un impedimento para extrapolar los resultados obtenidos, a otras organizaciones de otros países. Por eso, se recomienda realizar otra investigación donde se amplie el campo de estudio a empresas con otros ámbitos geográficos de actuación. Sobre todo, a nivel mundial. Relacionando mediante sectores en concreto, o de forma multisectorial. De esta manera se observaría si se producen los resultados de este trabajo, dándole aún más consistencia. Dado el carácter transversal de este trabajo, se recomienda realizar otro estudio de carácter longitudinal, abarcar periodos de tiempo más amplios, donde se podrían recoger las consecuencias de la inversión en medidas de RSE, realizadas en momentos determinados. Replicar la misma investigación en tiempos posteriores, y contrastar resultados.

Se recomienda buscar otras variables moderadoras a parte de las utilizadas en este trabajo, por ejemplo, sector, ubicación geográfica, país o países en los que operan, tipo de propiedad de la empresa, relación de incentivos que promulgan las instituciones públicas.

Se recomienda explorar la posibilidad de que exista una relación RSE-RE no lineal. Aunque este trabajo se inserta en un marco lineal, también sería interesante estudiar la no linealidad de la citada relación. Sería relevante conocer el nivel óptimo de las actuaciones de RSE, que maximicen los RE. Puede darse el caso, que un exceso de actuaciones de RSE, por su coste, minimicen los RE.

En un trabajo futuro, se podría considerar dentro de la variable dependiente Resultados Empresariales, otro tipo de beneficios que no fueran solamente los económico-financieros -RE. Dicho análisis puede ayudar, en mayor medida, a la comprensión del comportamiento de la organización, y de los grupos de interés. Igualmente se pueden estudiar y ampliar, con diferentes indicadores la medida de la RSE. Cualquier trabajo que perfeccione la relación RSE-RE, hará seguir progresando una línea de estudio que es de gran repercusión para la gestión de las empresas, cubriendo los huecos existentes en la literatura de la academia, muy concretamente

en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, organizaciones muy relevantes, tanto a nivel nacional como mundial.

Por otro lado, no ha quedado resuelta en este trabajo la cuestión del sentido de la causalidad en la relación RSE-RE. Se ha podido afirmar que las acciones de RSE influyen positivamente en los RE, sin embargo, no podemos afirmar lo contrario, es decir, no se ha demostrado que exista influencia de los RE, sobre las acciones de RSE. Es interesante para otros estudios solventar este punto.

Nunca está de más explorar otro tipo de metodologías, independientemente de las utilizadas en este trabajo -SEM/PLS y fsQCA, aplicando trabajos estadísticos que permitan realizar diferentes tipos de análisis.

3.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Alvarado y Chicoma (2022). Es una tesis de Administración titulada ‘Percepción de los colaboradores sobre Calidad de Producción y Responsabilidad Social Empresarial de Consorcio Pesquero El Ferrol S.A.C., Chimbote, 2022’. Perú.

Antes de continuar, cabe aclarar que:

CERTIPEZ es la empresa especializada Laboratorio Certipez E.I.R.L. acreditada por INACAL y autorizada por SANIPES. INACAL es el Instituto Nacional de la Calidad de Perú que está definido como el referente nacional en materia de calidad -normalización técnica, acreditación y metrología- y gestiona el Sistema Nacional de la Calidad. SANIPES es el Organismo Nacional de Sanidad Pesquera de Perú que investiga, norma, supervisa y fiscaliza toda la cadena productiva para asegurar la sanidad e inocuidad pesquera y acuícola, mediante la certificación sanitaria eficaz y oportuna, con el propósito de proteger la vida y la salud pública.

Objetivo

“Analizar la percepción de los trabajadores sobre el nivel de calidad de producción y responsabilidad social empresarial de Consorcio Pesquero El Ferrol S.A.C.”. (Alvarado y Chicoma, 2022).

Metodología

El 2022, Alvarado y Chicoma dicen:

Es una investigación aplicada, de diseño no experimental, nivel descriptivo.

La variable calidad de producción se definió con tres dimensiones:

- (1) Evidencia física,
- (2) Fiabilidad, y
- (3) Satisfacción.

Donde se consideran las condiciones de las instalaciones, el nivel de calidad del producto final, estado de los equipos, programa de mantenimiento preventivo, supervisión de procesos, proveedores y estado de la materia prima, acciones de seguridad e higiene industrial, programa de fumigación, ejecución del manual de buenas prácticas, supervisión de calidad, frecuencia de reclamos de clientes, vista de devolución de mercadería, y nivel de participación en el mercado.

La variable responsabilidad social empresarial se definió con dos dimensiones:

- (1) Interna, y
- (2) Externa.

Donde se considera la entrega de pedidos con certificaciones, permiso de funcionamiento vigente, inspecciones de calidad y sanidad externas, nivel de condiciones para labor diaria, equipo de protección personal, capacitación en código de conducta RSE, visión y misión alineada con RSE, empresa fomenta conducta RSE a colaboradores, grupos de interés en las decisiones empresariales, cumplimiento de política ambiental de la empresa, tratamiento de residuos de planta, proveedores con RSE, empresa ejecuta proyectos sociales para la comunidad, condiciones y nivel nutricional del producto, empresa participa en actividades de desarrollo social, clientes reconocen las prácticas de RSE de la empresa en la comunidad, quejas de los clientes por el nivel de RSE de la empresa, clientes ven cultura RSE en las instalaciones de la empresa, frecuencia de invitación a clientes de ser partícipes de proyectos sociales.

Población del estudio, todos los trabajadores.

Muestra, 142 trabajadores para el cuestionario de calidad de producción, y 20 trabajadores para el cuestionario de responsabilidad social empresarial.

Resultados

El 2022, Alvarado y Chicoma también dicen:

Con respecto a la calidad de producción

El 42 % de los 142 trabajadores encuestados opinaron que la calidad de producción está en un nivel bueno,

Un 8 % la calificó con un nivel excelente,

Mientras que el otro 40 % de los encuestados determinaron que la calidad de producción está entre deficiente y mala.

Con respecto a la responsabilidad social empresarial

Un 60 % de los 20 trabajadores encuestados la calificó con un nivel deficiente. Que la empresa no ejecuta prácticas de RSE y no las promueve ni con sus clientes ni sus trabajadores.

Un 25 % de los encuestados opinaron que la responsabilidad social empresarial está en niveles buenos y excelentes, ya que el Consorcio sí pasa por certificaciones de calidad y sí está ofreciendo buenas condiciones laborales.

Recomendaciones

El 2022, Alvarado y Chicoma recomiendan:

Establecer parámetros más rigurosos respecto al control de calidad y procesos, con una producción limpia y en óptimas condiciones, de manera que logren anticiparse a hechos negativos como, niveles de calidad inferiores en sus productos finales, lo cual, además, va a permitir realizar el proceso de toma de decisiones con una base mucho más sólida.

Realizar un análisis de riesgo oportunidad que permita identificar que parte de la comunidad se ve afectada con su producción; y establecer medidas que permitan reducir aquellos impactos negativos que sus prácticas tengan en la comunidad.

Ejecutar de manera periódica un control de mantenimiento preventivo para evitar alguna falla posible de alguno de los equipos; e incrementar la participación y la presencia del Jefe de Planta en el área de producción.

Considerar aspectos como un programa de control de plagas y fumigación, como un punto relevante e indispensable. Incrementar la participación del Jefe de Calidad

durante las etapas de cada proceso; y realizar una ejecución correcta del manual de buenas prácticas -GMP.

Realizar una selección más rigurosa en las áreas de almacén antes de despachar algún lote de producción, para evitar las devoluciones de mercancía. Del mismo modo, se recomienda atribuirle una mayor relevancia al control de calidad y considerarlo como un valor agregado; y así aumentar su nivel de participación en el mercado.

Capacitar a su personal interno sobre las prácticas de RSE e involucrar a los grupos de interés en la toma de decisiones, de manera que se sientan comprometidos con la empresa y mejoren sus niveles de productividad. Además, se recomienda al Consorcio continuar con las certificaciones de calidad por las que pasa frecuentemente con la entidad CERTIPEZ, de manera que continúe garantizando a sus clientes un producto final de calidad.

Ejecutar una política de cuidado ambiental y poner en marcha o ser partícipe de actividades de desarrollo o beneficio social que involucre a sus clientes en el proceso, de manera que demuestre un alto nivel de cultura de RSE; ya que mejoraría su propia imagen corporativa y por ende sus niveles de rentabilidad, al ser más atractiva en el mercado y diferenciarse de sus competidores.

Chávez y Rodríguez y Flores y Mori y Cieza (2023). Es un artículo científico de las “Memorias de la Décima Tercera Conferencia Iberoamericana de Complejidad, Informática y Cibernética CICIC 2023” titulado ‘Aplicación Móvil y su Influencia en la Responsabilidad Social: Un Estudio de Caso en una Empresa Pesquera de Coishco, Santa-Perú’.

Objetivo

“Determinar la influencia de la implementación de una aplicación móvil en la responsabilidad social de la Pesquera Hayduk sede Coishco en el año 2022”. (Chávez y Rodríguez y Flores y Mori y Cieza, 2023).

Metodología

El 2023, Chávez et al. dicen:

Para la medición de la variable Responsabilidad Social se diseñó un cuestionario de 22 ítems que fue adaptado de la investigación realizada por Pino (2021). Sus 4 dimensiones son Desempeño social, Desempeño económico, Valor compartido, y Desempeño ambiental.

A cada poblador encuestado de Coishco se le pidió que responda cada uno de los ítems con una escala de respuestas tipo Likert de 5 puntos: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo, y Totalmente de acuerdo. Para la identificación de los puntajes obtenidos en los resultados de la variable Responsabilidad Social y sus dimensiones, se empleó una escala de equivalencias cualitativas: Bajo, Medio, Alto, Muy Alto.

Fue una investigación de tipo aplicada, de diseño experimental, de grado preexperimental donde se aplica a un solo grupo de personas una preprueba y una posprueba.

La preprueba y la posprueba midieron la Responsabilidad Social Empresarial de Pesquera Hayduk -sede Coishco- antes y después de la puesta en marcha de su aplicación móvil RECICLAT.

Las funciones principales de dicha aplicación son:

- (1) Mapa de calor, se observa las zonas más contaminadas del distrito de Coishco. Con este mapa se logra que las personas puedan sumarse a las campañas de recolección de basura.
- (2) Campañas de limpieza, inscripción de la población de Coishco para ayudar a limpiar las zonas más contaminadas.
- (3) Bolsa laboral, se pueden inscribir aspirantes a los diferentes puestos de trabajo y también personas con discapacidad. Con sus datos se contacta a las personas y se incluyen en la pesquera.
- (4) Campañas de ayuda social, se observa las fechas que se harán campañas de donación de víveres, ropa, juguetes, etc. Y por último se muestra una columna de consejos y tips sobre el cuidado y conservación del medio ambiente y recursos naturales.

La encuesta preprueba se tomó en setiembre 2022. La aplicación estuvo en uso en la población de Coishco por un período de 15 días en diciembre 2022. Luego se tomó una encuesta posprueba en ese mismo mes.

La Población de estudio, 15 mil habitantes del distrito de Coishco – Chimbote, según el último censo del Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú.

De la muestra de 7 mil 477 habitantes se tomaron 366 personas con edades entre 18 y 50 años. Se empleó la prueba de Wilcoxon para comprobar la hipótesis de investigación, la prueba de Wilcoxon compara medias o medianas de dos conjuntos independientes, cuyos valores posiblemente no siguen una distribución normal.

Resultados

El 2023, Chávez et al. exponen:

Aumento del nivel de responsabilidad social, de nivel Medio con 53,83 % de los encuestados a Nivel Alto con 57,65 % de los mismos. Las funciones que existen dentro de la aplicación han permitido que la población de Coishco se sienta más escuchada.

Aumento del nivel de desempeño social, de nivel Medio con 46,45 % de los encuestados a nivel Alto con 47,54 % de los mismos. Mejorando así las relaciones con esa población.

El nivel de desempeño económico se mantuvo en nivel Alto, con 44,81 % de los encuestados antes de la implementación y con 46,45 % después de la misma.

Aumento del valor compartido, de nivel Bajo con 54,92 % de los encuestados a nivel Medio con 52,90 %. Lo cual ayuda que la población encuentre más cercanía con la empresa pesquera.

Aumento del nivel de desempeño ambiental, de nivel Bajo con 96,72 % de los encuestados a nivel Alto con 46,72 % de los mismos habitantes. Esto se debe a la utilización de la aplicación en su función ‘Mapa de calor’ para encontrar los lugares de mayor contaminación dentro de Coishco Viejo.

Chávez et al. manifiestan que se encontró que la implementación móvil sí influye de manera significativa en la responsabilidad social de Pesquera Hayduk con un 95 % de confianza y un p-valor de 0,000.

Recomendaciones

Chávez et al. no registraron ninguna recomendación. Su artículo fue presentado en la Décima Tercera Conferencia Iberoamericana de Complejidad, Informática y Cibernética CICIC 2023.

Chuna y Soplapuco (2022). Es una tesis titulada ‘Responsabilidad Social Externa de una empresa pesquera y su impacto en el Desarrollo Social de Las Delicias, Sechura 2022’. Perú.

Objetivo

“Evaluar el impacto de la responsabilidad social externa de una empresa pesquera en el desarrollo social de Las Delicias, Sechura 2022”. (Chuna y Soplapuco, 2022).

Metodología

En 2022, Chuna y Soplapuco dicen:

Fue una investigación con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal, correlacional causal.

La Población, 136 habitantes del centro poblado Las Delicias con edades entre 18 y 60 años. La Muestra Probabilística, 101 pobladores.

No hizo trabajo de campo en ninguna de las empresas pesqueras de la localidad de Las Delicias-Sechura, pero sí a los pobladores.

Empleó un cuestionario para la encuesta, y el análisis de tablas porcentuales. Y trabajó con el coeficiente estadístico Rho de Spearman.

La variable Responsabilidad Social Externa de la investigación se definió con cuatro dimensiones: (1) Transparencia y comunicación, (2) Respeto de los derechos humanos, (3) Cuidado del medioambiente, y (4) Participación activa en la comunidad.

La variable Desarrollo Social se definió con tres dimensiones: (1) Educación, (2) Creación de empleo, y (3) Calidad de vida.

Resultados

En 2022, Chuna y Soplapuco indican:

En cuanto a la Responsabilidad Social Externa

El 49,5 % de los 101 pobladores encuestados calificaron con un nivel entre totalmente en desacuerdo y en desacuerdo acerca de la transparencia y comunicación de la empresa.

Un 48,5 % de los pobladores encuestados dijo estar indeciso acerca de si la empresa respeta los derechos humanos.

El 38,6 % opinó que da un nivel entre de acuerdo y totalmente de acuerdo con la empresa acerca del cuidado del medioambiente.

Un 63,4 % opinó que da un nivel entre en desacuerdo y totalmente en desacuerdo a la empresa acerca de la participación activa en la comunidad.

Chuna y Soplapuco sostienen que el impacto de la responsabilidad social externa de las empresas pesqueras en la comunidad de Las Delicias es desfavorable debido a la deficiencia de sus actividades.

En cuanto al Desarrollo Social

El 78,2 % de los pobladores encuestados indicaron estar indecisos acerca de si la empresa contribuye con la educación.

Un 5 % indicaron estar de acuerdo con que la empresa sí crea empleos para la comunidad.

El 89,1 % indicaron estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con que la empresa sí contribuye con la calidad de vida para la comunidad.

Chuna y Soplapuco sostienen que la percepción de los pobladores de Las Delicias es desfavorable ya que en su mayoría fue de indignación, frustración y total abandono, porque es de vital importancia contar con servicios básicos, construcción de una posta médica, una escuela y espacios públicos debido a la falta de coordinación conjunta con la Gobernadora de Las Delicias, la población y las empresas pesqueras.

Con respecto a la contrastación de hipótesis general:

Un coeficiente de Spearman de 0,716 y un p-valor de 0,000 indican que la responsabilidad social externa de una empresa pesquera tiene una relación significativa con el desarrollo social de Las Delicias, Sechura 2022.

Recomendaciones

En 2022, Chuna y Soplapuco recomiendan:

Las empresas pesqueras deben desarrollar un plan de comunicación para brindar información sobre sus actividades y/o proyectos a los habitantes del Centro Poblado Las Delicias, en este plan debe estar involucrados las empresas pesqueras, el gobierno local y los pobladores. De tal manera que la población tenga presente los eventos y actividades de las empresas pesqueras, siendo esta una forma que se sientan parte importante en el desarrollo de la zona.

Las empresas pesqueras deben fomentar la estabilidad laboral con puestos donde se beneficie la población de la zona del Centro Poblado Las Delicias; asimismo brindar capacitaciones constantes de diversos temas que involucren el desarrollo de los trabajadores, técnicos y/o profesionales y así lograr el desarrollo de la comunidad.

Las empresas pesqueras deben monitorear de manera permanente el tratamiento de los desechos que generan; asimismo fomentar la concientización ambiental en los pobladores de Las Delicias para que el cuidado del medio ambiente sea de manera integral y así la población pueda tener las condiciones óptimas para vivir y desarrollarse.

Las empresas pesqueras deben gestionar directamente con el gobierno local de Las Delicias para apoyar en la salud, educación, servicios básicos y programas sociales. Así mismo involucrar a la comunidad en las acciones que desarrollen, tales como: día del niño, día del padre, día de la madre, navidad y entre otros. De este modo se logrará una relación estrecha y que dará muchos frutos entre las empresas pesqueras y los pobladores.

Las empresas pesqueras deben establecer políticas de responsabilidad social externa para llevar un control periódico de cómo va mejorando su rol hacia la población de Las Delicias, y posteriormente implementar planes de inserción de la población y de esta manera lograr el desarrollo de la comunidad.

Estrada (2019). Es una tesis de Ingeniería Pesquera titulada ‘Evaluación de la responsabilidad social empresarial en la industria pesquera de la bahía de Sechura entre el 2017 y el 2018’. Perú.

Antes de seguir leyendo, cabe aclarar lo siguiente:

CENCOSUD es Centros Comerciales Sudamericanos S.A., un consorcio multinacional chileno principalmente del rubro minorista con presencia en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

Objetivo

“Evaluar acciones de responsabilidad social de las empresas pesqueras de la zona de Bahía de Sechura”. (Estrada, 2019).

Metodología

El 2019, Estrada dice:

Fue una investigación de enfoque cualitativo. El universo, Bahía de Sechura. La población está constituida por 11 empresas pesqueras de tipo industrial ubicadas en la Bahía de Sechura, específicamente en la zona de Sechura, Constante, Parachique y Bayóvar.

La investigación partió de una revisión bibliográfica acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en la Provincia de Sechura y luego se realizó trabajo de campo en las empresas mencionadas, mediante visitas a sus representantes solicitando información sobre sus reportes de RSE.

Se aplicó una encuesta de 10 preguntas de percepción de cumplimiento de acciones que promueven la responsabilidad social empresarial y una pregunta de consulta respecto a las necesidades que priman dentro de la población de las zonas de influencia de las empresas pesqueras.

Se consideró trabajar con el número de familias como población a encuestar, ya que la familia se considera el organismo social base de la sociedad, receptora de los beneficios sociales.

El número de familias encuestadas fue: Bayóvar con 208, Constante con 80, Parachique con 198, y Sechura con 367. Sumando 853 familias.

Resultados

El 2019, Estrada señala:

El 85 % de las 208 familias encuestadas en Bayóvar manifiesta que entre el 2017 y 2018 no recibió información o comunicación alguna sobre RSE de las empresas pesqueras que operan en su localidad.

El 87 % de los encuestados considera que las empresas pesqueras que operan en su zona no tienen una política transparente informativa.

El 88 % nunca ha participado en el levantamiento de información sobre las necesidades en su comunidad a cargo de alguna empresa pesquera en Bayóvar.

El 72 % de los encuestados creen que las empresas pesqueras que operan en Bayóvar no cumplen con una política de contratación de mano de obras y proveedores locales dentro de su área de influencia, situación contraria se da en el sector agrícola, sector que contrata mucha mano de obra de la zona.

El 75 % de los encuestados manifiesta que las empresas pesqueras en Bayóvar no cumplen con una política de mejoramiento de condiciones sociales para sus trabajadores.

El 89 % percibe que las empresas pesqueras en Bayóvar nunca han cumplido con una política de cuidado del medioambiente.

El 3 % de los entrevistados manifiesta que sí ha participado de alguna actividad social organizada por alguna empresa pesquera que opera en Bayóvar, entre las que destacan limpieza de fondo marino, campañas médicas y taller de costura.

El 93 % de los entrevistados manifiesta que las empresas pesqueras de Sechura no han destinado recursos entre el 2017 y 2018 para realizar acciones sociales.

El 91 % de los entrevistados manifiesta que las empresas pesqueras de Bayóvar no han contribuido con elevar el nivel técnico de los pescadores artesanales.

El 89 % de los entrevistados manifiestan que entre el 2017 y 2018 las empresas pesqueras que operan en Bayóvar no han organizado alguna actividad de educación

y cuidado ambiental en su comunidad, tales como charlas del medioambiente, entrega de cuadernos y jornadas de limpiezas.

El 2019, Estrada también señala:

Respecto a las acciones sociales que organizan las empresas pesqueras en el ámbito de estudio

El 69 % de las 853 familias encuestadas señala que entre el 2017 y 2018 nunca recibieron información o comunicación alguna sobre Responsabilidad Social Empresarial de las empresas pesqueras que operan en su localidad. Dicho porcentaje varía según el lugar de estudio. 100 % en la zona de Constante, 85 % en Bayóvar, 64 % en Sechura y 47 % en Parachique.

El 68 % de las 853 familias encuestadas considera que las empresas pesqueras que operan en su localidad no mantienen una política de transparencia informativa. Dicho porcentaje varía según la localidad de estudio, 100 % en Constante, 87 % en Bayóvar, 62 % en Sechura, y 46 % en Parachique.

El 60 % de las familias encuestadas no ha participado de alguna actividad social organizada por alguna empresa pesquera de su localidad entre el 2017 y 2018. Dicho indicador también muestra diferencias significativas según localidad analizada, 100 % en Constante, 92 % en Bayóvar, 63 % en Sechura, y 35 % en Parachique.

La percepción de los encuestados es que las empresas pesqueras no tienen conocimiento sobre sus necesidades. Al respecto, 75 % de las familias encuestadas nunca ha participado de un levantamiento de información sobre necesidades en su comunidad a cargo de alguna empresa pesquera. Dicho indicador fue 100 % en la localidad de Constante, 88 % en Bayóvar, 71 % en Sechura, y 57 % en Parachique.

Las empresas pesqueras no están destinando recursos para realizar acciones sociales en las comunidades. En ese sentido, el 57 % de los encuestados no cree que las empresas pesqueras hayan destinado recursos entre el 2017 y 2018 para realizar acciones sociales en sus comunidades. En cada zona, en Constante fue 100 %, en Bayóvar fue 93 %, en Sechura fue 44 %, y en Parachique fue 23 %.

La percepción de las familias encuestadas es que las empresas pesqueras no están contratando mano de obra local. Al respecto, el 51 % cree que nunca las empresas

pesqueras que operan en su localidad han cumplido con una política de contratación de mano de obra y proveedores locales dentro de su área de influencia. En cada localidad fue, 100 por ciento en Constante, 72 por ciento en Bayóvar, 51 por ciento en Parachique y 28 por ciento en Sechura.

Las familias tienen la percepción de que las empresas pesqueras no cumplen con una política de mejoramiento de condiciones sociales para sus trabajadores. En ese sentido, el 54 por ciento de los entrevistados no creen que las empresas pesqueras cumplan con una política de mejoramiento de condiciones sociales para sus trabajadores. En cada localidad fue, 100 por ciento en Constante, 75 por ciento en Bayóvar, 52 por ciento en Parachique, y 33 por ciento en Sechura.

El 54 % de las familias no cree que las empresas pesqueras que operan en sus localidades hayan contribuido con elevar el nivel técnico de los pescadores artesanales en su comunidad. En cada localidad fue, 100 por ciento en Constante, 91 por ciento en Bayóvar, 40 por ciento en Sechura, y 25 por ciento en Parachique.

El 65 % de las familias encuestadas perciben que las empresas pesqueras nunca han cumplido con una política de cuidado del medioambiente. La percepción en cada localidad fue, 100 por ciento, 89 por ciento en Bayóvar, 58 por ciento en Sechura, y 39 por ciento en Parachique.

Finalmente, el 53 % de los entrevistados manifiesta que entre el 2017 y el 2018 las empresas pesqueras que operan en sus localidades no han organizado alguna actividad de educación y cuidado ambiental en su comunidad. Dicho indicador varía según las localidades analizadas, 100 por ciento en Constante, 89 por ciento en Bayóvar, 43 por ciento en Sechura, y 16 por ciento en Parachique.

Recomendaciones

El 2019, Estrada recomienda:

Las empresas deben adoptar políticas de difusión sobre la temática de la responsabilidad social empresarial a la población de Sechura. Al respecto, los resultados muestran que de las 853 familias encuestadas el 68,6 % nunca recibió, por parte de las empresas pesqueras, información sobre RSE. En ese sentido, se

recomienda que las empresas pueden promocionar la RSE a los pobladores realizando simposios, eventos y conferencias.

Las empresas pesqueras, ubicadas en Sechura, podrían realizar una Alianza Público Privada para desarrollar un modelo de RSE para favorecer a la sociedad, sobre todo con las zonas cercanas al giro de negocio de las empresas, esto es clave para establecer vínculos con la comunidad y generar confianza. Por ejemplo, podrían crear un Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica Pesquero -CITE pesquero, en asociación con el Ministerio de la Producción. Al respecto, en nuestro país ya existen varios CITE creados bajo dicha modalidad.

Por ejemplo, la empresa DANPER es la primera agroindustria peruana en implementar un CITE en convenio con el Ministerio de la Producción para contribuir con el incremento de la competitividad del sector agroindustrial (Fundación Corresponsales, 2016; citado por Estrada 2019, p.56).

Las empresas pesqueras deberían implementar políticas de mejoramiento de condiciones sociales para sus trabajadores. Al respecto, de los 853 encuestados, el 54 por ciento de creen que las empresas pesqueras que operan en Sechura no cumplen con una política de mejoramiento de condiciones sociales para sus trabajadores. En ese sentido, se recomienda que las empresas elaboren reportes de Sostenibilidad y RSE. También, las empresas podrían elaborar un plan de capacitación que mejore el clima laboral, fortalecer las relaciones interpersonales y promover el equilibrio vida personal-trabajo.

Se podría implementar un proyecto de rescate de alimentos. Dicho proyecto consistiría en donar, unas tres veces al año, alimentos que procesan las empresas a las poblaciones vulnerables ubicadas en la zona. Este tipo de proyecto se viene siendo realizado en el Perú por la empresa CENCOSUD. En efecto, los supermercados donan, en promedio, 7 mil kilos de frutas y verduras en buen estado todos los meses, lo cual impacta positivamente en más de 5 mil niños con riesgo nutricional (Fundación Corresponsales, 2018; citado por Estrada, 2019, p. 57).

Se recomienda que las empresas pesqueras implementen programas para mejorar el medioambiente. Al respecto, el 65 por ciento de las familias encuestadas creen que las empresas pesqueras no cumplen con una política de cuidado del medioambiente.

Que la preservación del entorno natural y ecosistemas existentes en el desarrollo de las operaciones de la empresa es un ámbito fundamental para ser sostenibles en el tiempo. En ese sentido, se podría imitar lo realizado por la Fundación Tropicalia, que realizó un plan de rescate para la Playa Esmeralda Colan. En colaboración con las autoridades locales, la Fundación Tropicalia trabajó para restaurar y proteger la playa de Costa Esmeralda. Este programa conserva 200 metros lineales de costa, evitando el tránsito de vehículos de motor, colocado contenedores de basura y fomenta un comportamiento respetuoso con el medio ambiente. Sin duda un buen ejemplo para replicar.

Se recomienda que las empresas pesqueras que operan en Sechura podrían crear de manera independiente, un fondo de naturaleza voluntaria para apoyar los esfuerzos de lucha contra la pobreza en salud, nutrición, educación y desarrollo productivo.

Una empresa que ha realizado la implementación de este tipo de política es Antamina. En abril del 2007, se crea el Fondo Minero Antamina que se constituye en un aporte extraordinario con 3,75 % de las utilidades y temporal de 5 años, el cual apoya los esfuerzos de lucha contra la pobreza en salud, nutrición, educación y desarrollo productivo. El aporte de Antamina corresponde al 60 % del total de las contribuciones del sector. La continuidad del Fondo Minero Antamina depende del comportamiento de los precios de minerales y del mantenimiento del entorno impositivo.

Con el fondo creado se podría realizar un proceso de consulta regional se determine los proyectos prioritarios, luego definir las respectivas líneas base y se establecen los objetivos específicos de cada programa en las siguientes áreas: salud, nutrición, educación y proyectos productivos. Los objetivos planteados por los proyectos deberían estar vinculados con las metas del Milenio -ONU- y ser consistentes con los objetivos del Gobierno Peruano.

Bajo la recomendación anterior, en nuestro país se han implementado varios programas. Por ejemplo, la alianza que tiene CENCOSUD hace ocho años con Fundación Pachacútec beneficia a cientos de jóvenes de la escuela de cocina. Debido a ello, el índice de inserción laboral es de 90 %.

Otro caso es el realizado por Latam, que desde el 2015 se unió a la campaña contra el cáncer de mama de Estée Lauder que celebra el día Rosa para promover que las mujeres se hagan un chequeo anual.

Por su parte, la empresa Orazul Energy, implementó el programa “cacao fino de aroma en Padre Abad”. Este programa se viene implementando desde el 2008 y tiene como objetivos producir 1200 kilos/hectárea/año de cacao fino de aroma en las localidades de Huipoca, Boquerón y Curimáná en la provincia Padre Abad - departamento de Ucayali- y dar valor agregado mediante la implementación de tres plantas de procesamiento de cacao (Corresponsables, 2018; citado por Estrada, 2019, p. 59).

Al respecto, las empresas pesqueras en Sechura podrían adoptar algunos de los programas mencionados anteriormente.

Se recomienda que las acciones sociales mencionadas anteriormente, puedan ser ejecutadas bajo una política de responsabilidad compartida que supone la intervención de la empresa privada, el estado y la misma comunidad, para evitar que se caiga en un asistencialismo.

Definir políticas de comunicación con los stakeholders que impliquen el oportuno y suficiente intercambio de información, retroalimentación de los efectos y mejor conocimiento de las expectativas y necesidades de los mismos.

Que las empresas pesqueras desarrollen el Programa de Responsabilidad Social de manera progresiva. Y realicen un monitoreo progresivamente del desarrollo del Programa con el empleo de indicadores propuestos, de acuerdo con las actividades implementadas.

Se recomienda establecer contacto sostenido con empresas u organismos que trabajan en materia de RSE para el intercambio de experiencias y adquisición de conocimientos.

Palacios y Trelles (2021). Es una tesis de Administración titulada ‘Estrategia de Responsabilidad Social para promover el bienestar de la comunidad aledaña a la empresa pesquera ARCOPA S.A., Paita, 2021’. Perú.

Objetivo

“Proponer estrategias de responsabilidad social necesarias para promover el bienestar de la comunidad aledaña a la empresa pesquera ARCOPA S.A., Paita, 2021”. (Palacios y Trelles, 2021).

Metodología

El 2021, Palacios y Trelles dicen:

Es una investigación de tipo aplicada, enfoque mixto, de diseño no experimental, transversal, descriptiva.

La Población, 59 mil pobladores de la comunidad definida como población económicamente activa tomada del Instituto Nacional de Estadística e Informática más los 432 trabajadores del proceso productivo con más de un año de antigüedad de la empresa ARCOPA S.A.

La Muestra, 381 pobladores más 203 trabajadores de la empresa.

Los instrumentos de recolección de datos fueron un cuestionario de encuesta y una guía de entrevista.

La variable Estrategia de Responsabilidad Social tiene 2 dimensiones: (1) Estrategia de responsabilidad social interna, y (2) Estrategia de Responsabilidad social externa. La dimensión interna considera acciones en que la empresa tiene compromisos éticos con los trabajadores, dispone de un manual de responsabilidad social que se practique, sus directivos se identifican con el bienestar de sus trabajadores, y toma medidas de protección al medio ambiente.

La dimensión externa considera acciones en que la empresa se preocupa por mantener un desarrollo sostenible, genera puestos de trabajo a los pobladores de la comunidad aledaña, que al momento de solicitar personal considera inmediatamente a la comunidad, y realiza proyecciones con la sociedad.

La variable Bienestar de la Comunidad Aledaña tiene 2 dimensiones: (1) Dimensión necesidades que se presentan en la comunidad, y (2) Dimensión actividades para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

La dimensión necesidades señala lo que la comunidad percibe del conocimiento que la empresa tiene de las necesidades de la población aledaña.

La dimensión actividades para mejorar la calidad de vida indica lo que la comunidad percibe de las actividades que la empresa realiza en favor de la calidad de vida de la población aledaña.

Resultados

El 2021, Palacios y Trelles indican:

Con respecto a las estrategias de responsabilidad social interna

El 57 % de los trabajadores encuestados consideran que la empresa tiene compromisos éticos con los trabajadores.

El 67 % de los trabajadores encuestados consideran estar de acuerdo con la disposición de un manual de responsabilidad social en la empresa.

Un 58 % indicó que está de acuerdo con que los directivos se identifiquen con el bienestar de sus trabajadores.

Un 5 % manifiesta estar de acuerdo con la empresa respecto a las medidas de protección del medioambiente.

El 2021, Palacios y Trelles también indican:

Con respecto a las estrategias de responsabilidad social externa

El 50 % de los trabajadores encuestados están totalmente de acuerdo y por ende reconocen que la empresa se preocupa por mantener un desarrollo sostenible adecuado.

El 67 % de los trabajadores encuestados está de acuerdo que al momento de solicitar personal la empresa considere inmediatamente a la comunidad.

El 52 % está de acuerdo con la empresa de ejecutar proyecciones con la sociedad.

El 2021, Palacios y Trelles señalan:

Con respecto a las necesidades que se presentan en la comunidad aledaña a la empresa pesquera ARCOPA S.A.

El 44 % de los pobladores encuestados están indecisos con que la empresa perciba las principales necesidades básicas de la población.

El 42 % de los pobladores encuestados están indecisos con que ARCOPA contribuya con el desarrollo de la infraestructura básica o mejora de algún servicio local.

El 47 % indicó estar de acuerdo con que la empresa brinde apoyo en beneficio de la educación en la población.

El 45 % dice estar indeciso y no cree que la empresa pesquera ARCOPA S.A. sea una de las mejores en cubrir las necesidades básicas de los pobladores a comparación de las otras.

El 2021, Palacios y Trelles también señalan:

Con respecto a actividades para mejorar la calidad de vida de la comunidad aledaña a la empresa pesquera ARCOPA S.A.

El 46 % de los pobladores encuestados están de acuerdo y sí creen que existe un compromiso de la empresa ante la situación social de la población.

El 51 % indicó estar de acuerdo con que se fomente el desarrollo personal de los pobladores que laboren ella.

Un 49 % manifestó estar de acuerdo con que ARCOPA considere importante la participación de los trabajadores al realizar acciones en beneficio de la comunidad.

Recomendaciones.

El 2021, Palacios y Trelles recomiendan:

Seguir implementando correctamente la responsabilidad social interna para mantener el desarrollo constante de los trabajadores ya que esto ha permitido que se genere mayor compromiso por parte de ellos no solo en la parte operativa sino también en la parte gerencial donde han llegado ellos a identificar el plan de ejecución que realiza la empresa pesquera ARCOPA S.A.

Fortalecer el compromiso con la comunidad local, implementando nuevas y mejores actividades de desarrollo, proyecciones, donaciones, etc., en la cual se requiera de la

participación no solo de los trabajadores para realizar estas medidas sino también tomar en cuenta la aportación de la comunidad aledaña a la empresa pesquera ARCOPA S.A.

Poner más énfasis en la interacción de la empresa y la comunidad en cuanto a sus necesidades, realizando cambios y buscando nuevos canales de recolección de información como coordinaciones con entidades locales para responder de manera eficiente a lo que realmente necesita la población, con la finalidad de que exista una relación más cercana entre ambas partes.

Fortalecer actividades que estén direccionadas a poder contribuir con el desarrollo y bienestar de la población mediante cursos, charlas, capacitaciones y apoyo en los servicios sociales, en el sentido que permita mejorar de manera continua y responsable la calidad de vida de todos los pobladores de la comunidad aledaña a la entidad.

Implementar alianzas estratégicas con entidades locales como la Municipalidad de Paita, juntas vecinales comunales, teniente gobernador, organizaciones de apoyo, etc., que contribuyan con el bienestar de la comunidad aledaña, además de aplicar nuevas estrategias para cubrir las necesidades y exigencias suscitadas en la actualidad a fin de lograr ser una de las mejores empresas líderes no solo a nivel local, sino también a nivel nacional, en lo que respecta a las buenas prácticas sobre responsabilidad social.

Rosales (2021). Es una tesis doctoral titulada ‘Gerencia estratégica, Responsabilidad Social Empresarial en la Rentabilidad de la Empresa Pesquera Exalmar S.A. Chimbote 2019-2020’. Perú.

Objetivo

“Determinar el grado de influencia de la gerencia estratégica, la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar SA, Chimbote periodo 2019-2020”. (Rosales, 2021).

Metodología

El 2021, Rosales dice:

La primera variable Gerencia Estratégica tiene 4 dimensiones: (1) Gestión del Talento Humano, (2) Gestión Financiera, (3) Gestión Operativa, y (4) Gestión Comercial.

La segunda variable Responsabilidad Social Empresarial tiene 3 dimensiones:

(1) Componente Social, (2) Componente Ambiental, y (3) Componente Económico.

La variable dependiente Rentabilidad tiene 2 dimensiones: (1) Rentabilidad Económica y

(2) Rentabilidad Financiera.

Fue una investigación con enfoque cuantitativo, tipo de investigación aplicada, con alcance descriptivo y explicativo, y diseño no experimental.

La población, 125 colaboradores de las diversas áreas de Pesquera Exalmar S.A. Chimbote, y como muestra representativa 100 personas seleccionadas bajo un muestreo probabilístico, de tipo estratificado.

Empleó como instrumento el cuestionario para recoger la información de las variables independientes y la lista de cotejo para la dependiente.

Se empleó el estadístico R-cuadrado de Nagelkerke y el estadístico Chi-cuadrado.

Resultados

El 2021, Rosales expone:

La Gerencia Estratégica tiene un nivel Medio según el 55 % de los encuestados, que es eficiente según el 36 % e ineficiente según el 9 %.

La Responsabilidad Social Empresarial tiene un nivel moderado según el 72 % de los encuestados, un nivel alto según el 24 % y un nivel bajo según el 4 %.

La Rentabilidad de la empresa como variable dependiente, tiene un nivel moderado según el 63 % de los encuestados, un nivel alto según el 28 % y un nivel bajo según el 9 por ciento.

Se logró demostrar la influencia de la gerencia estratégica y la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A., Chimbote periodo 2019-2020.

Se encontró que la Gerencia Estratégica y la Responsabilidad Social Empresarial influyen un 13,9 % sobre la Rentabilidad de la pesquera mencionada.

Recomendaciones

El 2021, Rosales recomienda:

Se sugiere fortalecer todos los niveles de Gerencia Estratégica y de Responsabilidad Social Empresarial en cada una de las dimensiones para que pueda mejorar los índices de rentabilidad en Pesquera Exalmar.

Se recomienda implementar programas de capacitación a nivel de Coaching a nivel general, es decir, propiciar la participación de todos los colaboradores a fin de incrementar sus habilidades blandas y genere un plus en su rendimiento laboral.

Se propone diversificar las líneas de financiamiento, tanto de corto como de largo plazo por un lado y las alternativas de inversión por otro con la consigna de mantener y por qué no incrementar la rentabilidad de la organización, objeto de estudio.

Se plantea optimizar el proceso de gestión logística o cadena de suministros de la firma, es decir mejorar la productividad a nivel de eficiencia, eficacia y economía en cuanto al manejo o administración de los recursos que posee la entidad.

Se formule el establecimiento o rediseño de las estrategias de comercialización a fin de mejorar la participación de mercado por un lado y por otro el posicionamiento de nuestra marca en el consumidor local, nacional e internacional, dada la naturaleza de sus actividades.

Se sugiere incrementar la responsabilidad de la empresa para con su entorno, en materia social, proyectando una imagen sólida por medio de un buen gobierno corporativo, por ejemplo, que debe ser uno de los objetivos más inmediatos a asumir la alta dirección.

Se recomienda no descuidar el impacto ambiental generado, dadas las emisiones y efluentes por ser una organización industrial y pesquera para ser más concretos y para ello continuar respetando las normativas establecidas por los organismos competentes al respecto.

3.2. BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS

3.2.1. PRIMERA VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL

En primer lugar, se presentan varias ideas de la variable Responsabilidad Social con los aportes de los libros de Raufflet et al., Jost et al., Piedra et al., Schwalb et al. y del artículo científico de Correa et al. En segundo lugar y a partir de la teoría revisada, se deducen las dimensiones de la primera variable -alineadas a la naturaleza de estudio.

3.2.1.1. IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE BOWEN

Raufflet et al. (2012). Son académicos y empresarios que escriben en su libro ‘Responsabilidad Social Empresarial’, lo siguiente:

El concepto de RSE tiene sus orígenes en el mundo académico en 1953, cuando en el libro de Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, se plantea por primera vez el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades que los empresarios deben o no asumir con la sociedad. Este concepto señala que el accionar de las grandes empresas provoca un impacto concreto en una cantidad importante de ciudadanos, por lo que se presenta como necesaria la vinculación de políticas y toma de decisiones en las firmas con base en los objetivos y los valores de la sociedad. (p. 27).

La definición de Bowen citado por Raufflet et al., hace pensar en los impactos que las actividades de las empresas ya venían generando en las localidades donde se encontraban operando y en el peso ponderado que podría tener la opinión pública en sociedades con instituciones fuertes.

3.2.1.2. IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE JOST

Jost et al. (2012). En su libro ‘Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales’, definen la RSE:

(...) la RSE es definida en estas páginas como el compromiso de una organización de hacerse cargo de los impactos que sus decisiones y actividades tienen en la sociedad y el medio ambiente. ¿Cómo deben las empresas asumir esa responsabilidad? La respuesta es también simple: por medio de comportamientos transparentes y éticos

consistentes en un desarrollo sostenible, que consideren las expectativas de las partes interesadas, que cumplan con la legislación del país y la internacional, además de que estén integrados al quehacer cotidiano de la organización (p.22).

La definición de Jost et al. resalta comportamientos, expectativas, cumplimiento de las leyes y respeto de la cultura del país donde esté la empresa, desarrollarse y sostener la marcha en el tiempo.

3.2.1.3. IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE FRIEDMAN

Piedra et al. (2014). Citan a Milton Friedman en el libro ‘Desafíos éticos en los negocios’, y dicen:

Hablar de RSE implica insertarnos a la vez en un pensamiento económico-organizativo y en uno ético-filosófico. Milton Friedman, cofundador de la célebre Escuela de Chicago y Premio Nobel de Economía, sostuvo que «el verdadero deber social de la empresa es obtener las máximas utilidades (obviamente en un mercado abierto, correcto y competitivo) con el fin de producir riqueza y trabajo para todos de la manera más eficiente posible». Su mensaje fue bien claro: la única legitimación, ética y social al mismo tiempo, del actuar empresarial proviene del hecho de obtener la maximización de la utilidad en el respeto de las reglas de juego (p. 15).

La definición escrita ha de entenderse en el contexto histórico de los Estados Unidos de América de la segunda mitad del siglo XX donde Friedman sostenía, además, la necesidad de un sistema económico de libre mercado con una intervención mínima del gobierno en temas sociales. Cabe mencionar también, que en dicho libro existen opiniones sobre la redistribución de la riqueza.

3.2.1.4. IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE NESTLÉ

El caso de Nestlé fue tomado del libro de la doctora María Matilde Schwalb et al., Experiencias exitosas de responsabilidad social empresarial.

En la Suiza de 1866, es constituida la Societé des Produits Nestlé S.A. porque su fundador buscaba una solución para ayudar a un niño que no podía ingerir la leche materna, creando la harina lacteada. Que, a decir de Gisella Rojo, responsable de Asuntos Corporativos en

Nestlé Perú, “(...) desde allí nace un genuino interés por el otro, que se puede percibir al leer todos los reglamentos (...)” (p. 254).

Actualmente, es una de las empresas agroalimentarias con más presencia en el mundo, sus operaciones están en más de 80 países, más de 240 mil trabajadores en unas 500 fábricas (...) con volúmenes de ventas anuales de 70 mil millones de dólares y su cartera de productos comprende, principalmente, lácteos, aguas minerales, chocolates y alimentos para mascotas. (p. 227).

Nestlé estructuró su accionar en el campo de la RSE con la consultora Foundation Strategy Group (FSG) entre 2004 y 2006.

Schwualb et al. (2010) dicen en el caso Nestlé:

La RSE está concebida en términos de Creación de valor compartido.

(...) diferente al concepto de responsabilidad social, al no estar centrado a las presiones de los stakeholders, sino en la creación de un beneficio para la sociedad y el medio ambiente.

(...) Por lo tanto, el desarrollo de un modelo de RSE depende entonces del análisis de la cadena de valor para comprender las consecuencias sociales y medioambientales de sus actividades y los recursos externos necesarios para desarrollarlas.

(pp. 232-233).

Se observa que la responsabilidad social empresarial de Nestlé Perú todavía no está siendo operativizada a través de un departamento independiente de la empresa, vale decir, a través de una Dirección o una Gerencia; pues, ahora continúa gestionándose en el Área de Asuntos Corporativos. La cual se encarga de operativizar la RSE mediante protocolos en todas las instancias operativas y comerciales de la compañía.

3.2.1.5. IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

Correa et al. (2004). En su publicación científica titulada ‘Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial’, de la CEPAL, escribieron la definición de responsabilidad social empresarial propuesta por tres instituciones referentes que tienen el punto de vista del sector privado en el mundo. Dicen:

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza.

“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra.

“La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.

Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos.

“La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”. (pp. 15-16).

La definición de Correa et al. hace pensar que las empresas tienen el deber de ser consistentes con lo que escriban en su declaración de compromiso, porque su futuro existencial podría depender de la responsabilidad que demuestren hoy.

A nivel mundial, según BSR, PWBLF y el WBCSD, los temas principales que se observan en la variable responsabilidad social son (a) Ética, valores y principios de negocios; (b) Derechos humanos, trabajo y empleo; (c) Gobernabilidad corporativa; (d) Impactos sobre el medio ambiente; (e) Relaciones con proveedores; (f) Filantropía e inversión social; (g) Transparencia y rendición de cuentas. (Correa et al., 2004, pp.17-19).

Según Correa et al. (2004), dice:

A nivel del continente americano, en la Ciudad de San Francisco, 1997, BSC crea una red que enlaza todas las empresas que manejan responsabilidad social empresarial en el mencionado continente. Su visión, visión de negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Atendiendo a la visión mencionada, las dimensiones que se operan en la publicación de la Serie medio ambiente y desarrollo N°85, son: (a) Ética empresarial; (b) Ambiente laboral; (c)

Medio ambiente; (d) Marketing responsable; y (e) Compromiso con la comunidad. (pp. 22-23).

A nivel de región latinoamericana, no se administran los asuntos de gobernabilidad, integración de proveedores ni transparencia; y a nivel de país, Perú se hizo miembro de dicha red a través de PERÚ 2021 [después cambió de nombre]. (Correa et al., 2004, p. 9)

Y revisando la realidad problemática en Pesquera JADA S.A. en Chimbote, puede su compromiso con la comunidad ser articulado con su marketing responsable, toda vez que sus objetivos sociales con la comunidad tienen que ser promovidos responsablemente por esa fábrica.

En ese sentido, se anuncian las cuatro dimensiones de la variable responsabilidad social que se manejaron en el presente estudio. (a) Ética empresarial; (b) Ambiente laboral; (c) Medio ambiente; (d) Compromiso con la comunidad y marketing responsable. (Correa 2004, p.23).

3.2.1.6. DIMENSIONES DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL

(a) DIMENSIÓN ÉTICA EMPRESARIAL

Correa et al. (2004). En su artículo científico sobre responsabilidad social empresarial, publicado por la CEPAL, dicen:

“La ética corporativa ha pasado del énfasis tradicional en el mero cumplimiento de las exigencias legales hacia el compromiso de un comportamiento ético basado en valores. Según la organización Business for Social Responsibility (BSR), “el espectro de la ética empresarial se ha expandido no sólo para incluir la manera cómo una empresa trata a sus empleados o cumple con la ley, sino también la naturaleza y la calidad de las relaciones del negocio con sus accionistas.” Los valores éticos deben comunicar los compromisos de una empresa y reflejar la forma cómo establece sus relaciones con los públicos interesados. Entre esos valores éticos se destacan la honestidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la apertura” (p. 17).

Cuevas (2009). En su artículo sobre economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo, de la revista ciencia y tecnología, del instituto tecnológico de Santo Domingo, dice:

La concepción ética es un pilar que sostiene su Economía Política ... Smith piensa que una teoría de los sentimientos morales debe estudiar dos cosas: primero, ella debe responder a la pregunta ¿qué es la virtud? Y ¿cuál es la mejor conducta o manera de comportarse que sea digna de elogio? Segundo, ¿cuáles son los mecanismos o medios para los cuales el espíritu prefiere una forma de comportarse u otra (p. 209).

En todas partes, eso que en este trabajo se nombra la dimensión ética o moral del pensamiento de Smith se expresa en el espíritu que anima su Economía Política. Este hilo conductor de la explicación económica se entrelaza con la explicación ética y moral. Por esa razón, el movimiento de la vida económica toma forma gracias a la práctica de los hombres en tanto que seres sociales, económicos y morales. Puesto que la corriente de los sentimientos morales pertenece a la filosofía moral. Smith piensa que ésta, al igual que la filosofía de la antigüedad tiene por objetivo conocer la perfección y la felicidad del individuo como miembro de la familia, la sociedad y el Estado. En este sentido, la Economía Política como rama de los conocimientos del legislador tiene por objetivo procurar los bienes y enriquecer al pueblo y al soberano. Luego, la relación entre la economía y la ética a partir de este punto de vista es clara. Ciertamente, la Economía Política tiene una finalidad inspirada de la teoría moral, la felicidad (p. 210).

(b) DIMENSIÓN AMBIENTE LABORAL

Correa et al. (2004). En su artículo sobre responsabilidad social empresarial, publicado por la CEPAL, dicen:

“Esta es quizás la dimensión más desarrollada de la RSC debido a la temprana definición de estándares internacionalmente aceptados. Los estándares de trabajo de la OIT formulados en 1919 y la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas se consideran la base. Los cuatro principios fundamentales de la OIT y del derecho al trabajo son: (a) el respeto por libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva; (b) la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio; (c) la abolición efectiva del trabajo infantil y (d) la eliminación de cualquier discriminación con respecto al empleo”.

(p. 17).

Cuevas (2009). En su artículo sobre economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo. Dice:

Smith piensa que el hombre es llevado por la Naturaleza a la conservación de sí. Por eso, la muerte es el más grande mal y el más grande castigo que un hombre puede sufrir. Los prejuicios a la propiedad son crímenes más graves que la ruptura de contratos. Es por eso, que las reglas de justicia protegen en primer lugar la vida de la persona y luego su propiedad. (p. 211).

(c) DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTE

Correa et al. (2004). En su artículo sobre responsabilidad social empresarial, publicado por la CEPAL, dicen:

El tema ambiental es un componente intrínseco de la RSC. La administración del impacto ambiental directo de las empresas se ha enfocado, tradicionalmente, a la administración del uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, el manejo de los desechos, y la gestión del ciclo de vida de los productos.

Actualmente se busca que las empresas vayan más allá de la mera administración de sus impactos ambientales -por los cuales son inmediata y directamente responsables- y que reconozcan cómo dichos impactos inciden en los problemas ambientales y sociales del entorno.

A las compañías se les insta entonces a participar activamente en los asuntos relacionados con salud pública, acceso al agua potable, saneamiento básico, vivienda, alimentación y transporte, tanto para sus empleados como para las comunidades. Además, la RSC motiva a las compañías a reconocer y manejar su rol en los problemas ambientales globales, tales como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad. (p. 18).

(d) DIMENSIÓN COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE

Compromiso con la comunidad

Correa et al. (2004). En su artículo sobre responsabilidad social empresarial, publicado por la CEPAL, dicen:

Muchas compañías han descubierto que una política “filantrópica” paternalista y estrecha, basada en realizar donaciones en dinero, no responde a lo que la sociedad espera de ellas en materia de responsabilidad, ni garantiza que esas contribuciones voluntarias produzcan resultados sostenibles. La RSC motiva a las compañías a descubrir formas innovadoras de vincularse solidariamente con las comunidades, tales como la adquisición directa de materiales y servicios disponibles en el medio, el subcontrato laboral y otras prácticas similares que coadyuven al bienestar económico y social de las comunidades vecinas. Asimismo, se sugiere sustituir las donaciones en dinero por aportes en especie o en servicios, apoyo a proyectos específicos y vinculación de los empleados mediante trabajo voluntario a los procesos de la comunidad. La consulta a los públicos interesados juega un importante papel, y es entre estos y las empresas quienes deben identificar la mejor forma de colaborar con la comunidad. (p.18).

Sisodia et al. (2021). En su libro titulado Capitalismo consciente: la importancia de los stakeholders Guía práctica 2, dicen:

En La riqueza de las naciones, el filósofo moral escocés Adam Smith estableció que la búsqueda del interés particular de los individuos era el fundamento para que las sociedades que se basan en la libertad personal puedan aprovechar el poder auto organizativo de los mercados para mejorar los niveles de vida. Diecisiete años antes, Smith también escribió La teoría de los sentimientos morales, un libro sobre la disposición de los humanos para cuidar de los demás, sin tener en cuenta su interés particular. La mayoría de las personas han ignorado u olvidado este primer libro. Si hubiéramos integrado estas dos dimensiones –la necesidad humana de cuidar de los demás y el impulso del interés particular- en la práctica de los negocios, habríamos creado un fundamento intelectual y humano mucho más rico para el capitalismo que el que tenemos. Apoyándonos únicamente en el interés particular, el capitalismo se ha convertido en un sistema potente y dinámico que, por desgracia, ha perjudicado el bienestar de muchos trabajadores y del medio ambiente, aunque haya generado una gran prosperidad material. La búsqueda del interés particular y la necesidad de cuidar

de los demás: estas dos cualidades deberían haber sido los motores del capitalismo. Pero, durante demasiado tiempo, el avión del capitalismo solo ha volado con un motor. Los fundamentos del capitalismo –el imperio de la ley, los derechos de propiedad privada y el intercambio voluntario de bienes, servicios e ideas- siguen siendo igual de importantes. Pero debemos incorporar lo que falta: la dimensión **humana**. (...) Al reconocer la naturaleza interdependiente de la vida y los fundamentos humanos de las empresas, es necesario crear conscientemente valor con y para todos los agentes (clientes, empleados, proveedores, inversores, comunidades, el medio ambiente, etc.) Debemos despojarnos de la mentalidad de que alguien se tendrá que sacrificar y buscar sinergias para que todos los agentes ganen a la vez. Crear estas **relaciones en las que ganan todos** es el modus operandi de la empresa. (pp. 28-31).

En ese sentido, estas palabras sugieren que en la variable responsabilidad social empresarial, sea considerada una dimensión ‘compromiso con la comunidad’ propiamente dicha para la realidad de la fábrica de harina de pescado en Chimbote, que se base en relaciones en las que ganan todos y enriquecidas por la cualidad humana, mencionadas arriba por Sisodia et al.

Marketing responsable

Correa et al. (2004). En su artículo Responsabilidad Social Empresarial, publicado por la CEPAL, dicen:

Mejorar la relación entre la empresa y sus consumidores, incluyendo temas de marketing dirigido a niños, seguridad y confiabilidad de productos, y el impacto de los productos sobre el medio ambiente. El tema incluye acciones de la empresa para manufactura e integridad del producto, embalaje y etiquetado, marketing y publicidad, metodología de venta, precios y distribución. (p. 23).

Raufflet et al. (2012). En su libro Responsabilidad Social Empresarial, sostienen: “El marketing es el desempeño de las actividades de negocio que dirigen el flujo de bienes y servicios desde los productores hasta los consumidores”. (p. 148).

“[...] que en la mayoría de los casos se ha centrado sólo en algunos de los principales grupos de interés de la empresa: clientes, consumidores y canales de distribución”. (p. 147).

Cabe mencionar que hay textos que comentan que el marketing se manifiesta en lo gerencial y lo organizacional; que también consideran la participación de clientes-intermediario muy conocedores de las características de ciertos mercados destino, tales como sus preferencias, idiomas, culturas e idiosincrasias.

Finalmente, la dimensión ‘Compromiso con la comunidad y marketing responsable’ incluyó los indicadores: (a) Promoción de objetivos sociales, (b) Seguridad del producto y (c) Calidad de embalaje.

3.2.2. SEGUNDA VARIABLE: ÉXITO EMPRESARIAL

Primeramente, se abordan determinadas ideas de la variable Éxito Empresarial con los aportes de los libros de Plans et al., Morales et al. y del artículo científico de la doctora Cristina Quintana. Seguidamente, se deducen las dimensiones de la segunda variable con la teoría revisada y alineada a la naturaleza de estudio.

3.2.2.1. IDEA DE ÉXITO EMPRESARIAL DE DAMEL

Plans et al. (2021). En su libro ‘RH positivo: siete casos de éxito empresarial y un método de innovación enfocado en personas’, Margarita Pato, directora de la empresa española de alimentación Damel Group, plantea la clave del éxito:

Uno de los principales motivos del éxito fue que afrontamos el cambio por evolución y no por revolución, con una variación pausada y escalonada, sin medidas drásticas y con un período de implantación largo [...] Otra clave fue planificar, organizar y sistematizar, dejando espacio a la flexibilidad, al cambio y a la creatividad para utilizar nuevas fórmulas. [...] Es un gran error pensar que una vez que el candidato ya forma parte de la plantilla está todo hecho. Dicho de otro modo, acoger, formar, comprometer y fidelizar son etapas clave en el desarrollo de las personas. (pp. 37-38).

Veamos qué ha pasado en la planta de Damel en Crevillente-España durante el período 2003-2019, para que haya dado lugar a ese ‘interno’ concepto de éxito.

En las páginas 39 y 40, Plans et al. (2021) Margarita Pato Esteban expone brillantemente el relevo generacional de la plantilla de Damel Group, así:

Descripción general de la empresa

Damel Group es una empresa española de alimentación con prestigio internacional, que produce y distribuye productos en las categorías de golosina, frutos secos, chocolate, golosina líquida y productos navideños de temporada. Tenemos algunas marcas reconocidas en todo el mundo como: Damel, Pectol, Palotes, Snipe, Casamayor, Meivel y Kelia, entre otros. Actualmente estamos presentes en más de 65 países, con cinco plantas de producción en España y más de 500 empleados.

Situación inicial

- Edad media de la plantilla: 55 años
- Antigüedad media: 25 años
- Índice de absentismo: 12.5%
- Niveles de productividad muy bajos
- Costes salariales elevados

Retos planteados

Realizar el relevo generacional de una plantilla de 170 empleados. Mejorar las ratios de absentismo, productividad y costes.

Situación final: resultados y logros conseguidos

- Edad media de la plantilla: 40 años
- Antigüedad media: 13 años
- Índice de absentismo: 3 %
- Aumento de la productividad
- Reducción de los costes
- Nº de jubilaciones realizadas: 130
- Incremento de la plantilla en 50 personas (de 170 a 220)
- Nº de promociones internas: 110

Líneas de acción

- Negociación colectiva
- Planes sociales a través de jubilaciones parciales

- Selección del nuevo personal de planta
- Programa de becarios para puestos técnicos
- Protocolo de acogida
- Diseño del plan formativo (modelo 70-20-10)
- Análisis y valoración de los puestos de trabajo
- Elaboración de una matriz de polivalencia (sistema ILUO)
- Plan de promociones

Impulsores/figuras clave en el proceso

- Comité de dirección
- Comité de empresa
- Responsables de producción
- Departamento de RR.HH.

Frenos/dificultades

- Resistencias al cambio
- Selección de personal en perfiles claves
- Gestión y organización de la formación
- Gestión de las promociones

Beneficios para:

- Equipo: plan de promociones (110 realizadas), aumento de la productividad, reducción del absentismo.
- Negocio: aumento de competitividad, incremento de ventas.
- Clientes: mejora de la calidad, aumento de la satisfacción del cliente.
- Sociedad: creación de empleo.

Conclusiones y aprendizajes

- Afrontar los cambios por evolución y de forma escalonada reporta mayores y mejores beneficios a largo plazo.
- Las políticas sustractivas deben ser el último recurso, hay que apostar por el mantenimiento del empleo.
- Para obtener resultados sostenidos hay que negociar y no imponer.

-El talento sénior es esencial en cualquier compañía, sus conocimientos y experiencia son claves.

-La planificación no está reñida con la creatividad y la flexibilidad.

-Hay que cambiar, pero sin perder la esencia e identidad de la compañía.

Consejos para empresas con retos parecidos

-Gánate el respeto de las personas actuando con humildad, transparencia y congruencia.

-Predica con el ejemplo.

-En una negociación, busca puntos de encuentro, ponte en la piel del otro, respeta. Y si la cosa se pone tensa, no lo llesves al terreno personal, controla tus emociones.

-Sé creativo en tus fórmulas.

-Sé constante y perseverante, tienes un objetivo que conseguir ¡No pares hasta alcanzarlo!

-Pon el alma en todo lo que emprendas.

3.2.2.2. IDEA DE ÉXITO EMPRESARIAL DE AGROSUPER

Tomada del libro de Morales et al. (2014), Casos exitosos de empresas latinoamericanas en Asia.

Agrosuper: la carne de cerdo Premium preferida en Corea. Kim, J.

Alimentando al mundo desde Chile. Agrosuper se ha transformado de un pequeño emprendimiento personal a un conglomerado alimentario que domina el mercado chileno y cuenta con una impresionante expansión internacional. Produce insumos de alimentación y comercializa carnes de pollo, cerdo, pavo, salmón y procesados. Opera a través de cinco unidades de negocios: Super Pollo, Super Cerdo, Sopraval, Super Salmón y La Crianza, apoyadas por Agrosuper Comercial. Estas marcas tienen un sólido liderazgo en las distintas categorías en las cuales compiten (...) Sus ventajas competitivas, en especial para la carne de cerdo: fortalezas que parten de los servicios otorgados por el Estado, como protección contra la mayoría de las enfermedades exóticas porcinas y la activa agenda de los tratados de libre comercio (TLC) firmados por el Gobierno (...) Benignas características climáticas que favorecen la

reproducción y la productividad del cerdo, y otras ventajas presentes potenciadas por un enfoque de excelencia, tanto de sus productos como del servicio a sus clientes.

Carne de cerdo chilena para el gusto coreano. Señala el gerente general de Agrosuper Comercial, Guillermo Díaz del Río:

La clave del éxito en Corea se basa en la estrategia ‘Ser global y actuar local’, un concepto que apunta entre otras cosas, a dirigirse al consumidor no sólo en su idioma, sino también eligiendo un nombre de marca adecuado y los colores que lo representen, de manera de competir de igual a igual con el producto local (Parodi, 2012: párr. 7; citado por Morales et al.).

La clave: visión de largo plazo. Esta visión se refleja en el lema ‘Agrosuper: la carne de cerdo en la que confían mamás de 45 países del mundo’.

John Luer (citado por Morales et al), responsable del proceso de apertura de los mercados internacionales, recuerda:

Nos llegaban pedidos de empresas coreanas que querían comprarnos, con base en el conocimiento que tenían de la calidad de nuestros productos en Japón, donde estábamos presentes desde el 87. Sin embargo, apostamos a que no había dos primeras impresiones: debíamos entrar desde el principio con un plan a largo plazo.

Tras analizar la estructura de la industria, los canales de distribución, los competidores y el perfil de los importadores, los ejecutivos de Agrosuper apostaron por una estrategia de penetración y posicionamiento de los productos de la empresa como una marca Premium, en contraste con las exportaciones puntuales realizadas por empresas estadounidenses y europeas al mercado coreano.

Luer (citado por Morales et al.) afirma:

Desde un inicio, sabíamos que la ventaja arancelaria que poseeríamos por el TLC sería temporal, y que debíamos lograr diferenciar nuestro producto, con el objetivo de posicionarnos en una categoría distinta a nuestros competidores directos, quienes contaban con ventajas en términos de costos, por menores costos de flete, entre otros.

El aprendizaje de cómo hacer negocios con los coreanos. Luer comenta:

Las reuniones con los coreanos se alargaban muchísimo, y las explicaciones eran sumamente complejas. Las brechas de traducción y culturales eran realmente un desafío importante a ser superado en Corea. Lo que hacíamos era reactivo con relación a lo que ocurría en el mercado y nos dábamos cuenta de que, para el accionar local, necesitábamos contar con la capacidad de planear y ser proactivos en un mercado que divisamos se transformaría en clave para la empresa.

[...] Desde la oficina comercial de Tokio, se reclutó a un ejecutivo coreano con experiencia en venta al detalle, o retail, con el objetivo de atender al mercado coreano desde Tokio y reportar directamente al gerente comercial chileno encargado de la oficina de Japón. Hasta hoy maneja la relación con los clientes y los socios coreanos sin diferencia horaria y también pasa una semana de cada mes en Corea en contacto directo con los distribuidores coreanos de Agrosuper y con las agencias de marketing para el mercado coreano de la firma chilena.

Agrosuper ha desarrollado productos ad hoc para el gusto de los consumidores finales, lo cual es un factor de éxito para sus clientes locales: importadores e intermediarios. El producto que llega a Corea tiene poca grasa interna y una gruesa capa externa de grasa, acomodándose al gusto de los coreanos.

Los técnicos de Chile fueron a Corea para aprender el proceso de preparación del producto. Por esta razón, los cortes de cerdo Agrosuper fueron los únicos de origen extranjero con las características propias del producto nacional al momento de ingresar al mercado coreano.

Un segundo factor de éxito fue el uso del carton freezing, la tecnología de congelamiento en cartón más avanzada de la industria, que permite contar con cortes de una mejor cuadratura y, de esta manera, mejorar el rendimiento de los cortes laminados para el cliente final. Muy apreciado por los dueños de los restaurantes, quienes son los clientes finales de los socios-distribuidores de Agrosuper.

Los directivos de la empresa decidieron desarrollar ventajas sostenibles en el tiempo. Por ello, todo el ahorro fruto del beneficio arancelario se invirtió en una gran campaña de marketing, tanto para posicionar la marca Agrosuper dentro de la industria como para iniciar actividades de branding dirigidas específicamente a las

autoridades sanitarias, los empresarios y los ejecutivos claves del sector. Ha sido anfitriona de la International Food Industry Exhibition de Seúl (Parodi, citado por Morales et al.). Ha organizado encuentros culinarios en hoteles y cuenta con camiones distribuidores que recorren las calles de Seúl y otras ciudades coreanas con publicidad de su marca. Lo cual fue su enfoque hasta 2011, ahora Agrosuper trabaja en el posicionamiento ante el cliente final de la cadena de retail: las amas de casa. Para eso, realiza campañas de degustación y reparto de muestras de sus productos en salas de venta de supermercados, coloca publicidad en revistas especializadas para amas de casa y busca apariciones del producto en reality shows, entre otras formas de promoción.

Más que clientes: socios estratégicos. Se llegó a una alianza que perdura con sus clientes-socios, un grupo de tres empresas que cuentan con la exclusividad en canales diferenciados: mayorista para cadenas de carnicerías, distribuidor a foodservice e importador con presencia en cadenas de supermercados. A través de esta estrategia comercial se ha logrado mantener precios estables y evitar el dumping, fenómeno común en los proveedores europeos o estadounidenses.

A pesar de contar con ejecutivos coreanos que atienden a los distribuidores desde Tokio, la alta dirección de la Gerencia de Exportaciones de Agrosuper visita dos veces al año a sus clientes en Corea, viajes enfocados, más que en aspectos comerciales, en establecer relaciones sociales y de confraternidad. A su vez, durante las visitas anuales de los clientes coreanos a Chile se efectúan torneos de golf y comidas campestres con los directivos de la empresa, como señal de la importancia del vínculo existente entre proveedor y cliente, pues, como describe Leuer:

Los negocios con los coreanos, y los asiáticos en general, requieren de mucha paciencia, dedicación e información para el desarrollo del elemento central de un negocio exitoso: la confianza [...] para esto, las relaciones a control remoto o desde la distancia no sirven. El cara a cara y el tiempo invertido son claves en esta materia, más allá de contar con un producto ad hoc a los mercados.

Comprensión del entorno de negocios. Un factor clave adicional desarrollado por Agrosuper ha sido contar con un trabajo estratégico, es decir, establecer relaciones

con las instituciones claves que enmarcan el entorno competitivo y de negocios de la industria [...] como embajadas en los mercados destino, agencias de promoción de exportaciones ProChile [...] también se han realizado esfuerzos con un especial cuidado en el trato con las autoridades sanitarias coreanas. [...] antes del ingreso a mercados como Japón y Corea.

Conscientes de la importancia de la imagen del país y del apoyo gubernamental a una empresa chilena para los coreanos, Agrosuper también participa de instancias organizadas por Chile, como misiones y ferias empresariales, para potenciar la imagen del sector alimentario chileno. El mejor conocimiento del mercado y su entorno también ha llevado a Agrosuper a realizar esfuerzos por buscar posicionar sus carnes como un producto lo más local posible [...] Para ello, Agrosuper participa en ferias de cocina en un stand de firmas coreanas, no extranjeras, compartido por los tres socios-distribuidores, algo inusitado en una industria tan competitiva. En este stand, la famosa chef coreana Big Mama cocina platos coreanos con carne de cerdo de origen chileno y resalta los atributos nutritivos del plato para los niños y los esposos de las amas de casa que vienen a aprender a cocinar.

Japón, Corea y ahora hacia el resto de Asia. A modo de conclusión, la empresa chilena reconoce que, a pesar de las lecciones aprendidas a través de su experiencia en Corea y Japón, cada mercado resulta un mundo nuevo en términos de formas de hacer negocios, sistemas de distribución, formatos de consumo, etc., por lo que el éxito no está garantizado. Sin embargo, las fortalezas demostradas por Agrosuper en su forma de responder a las especificidades de los mercados, en cuanto a visión, manejo cultural, redes y desarrollo de productos, permiten esperar una posición ventajosa en la preferencia de chefs y amas de casa en China, India y el resto de Asia, que se sumarán a las 45 naciones que hoy ya confían en las carnes Agrosuper. (pp.21-36).

3.2.2.3. IDEA DE ÉXITO EMPRESARIAL DE GEOMAR

Tomada del libro de Morales et al. (2014), Casos exitosos de empresas latinoamericanas en Asia.

Geomar: el mar chileno para los paladares asiáticos refinados. Kim, J.

Geomar fue un emprendimiento surgido en 1993 a partir de la tesis para obtener el título de ingeniero de su fundador y actual gerente general, Javier Donoso. Hoy es una exitosa empresa chilena que lleva sus productos a mercados de más de veinte países, entre ellos, a varios del noreste y sudeste asiático.

Estas características y su enfoque en ciertos nichos de mercado, la perfección del producto, un servicio de calidad, la visión de largo plazo y la adaptación a la forma de hacer negocios en distintas culturas han sido claves en la diferenciación lograda por Geomar dentro de esta industria, sobre todo en Asia [...] como Singapur, Hong Kong y Taiwán.

Más allá de la teoría: emprendimiento en la industria de mariscos. La idea del emprendimiento nació a partir de una entrevista realizada por el entonces joven estudiante de ingeniería, Javier Donoso, a un empresario taiwanés radicado en Chile [...] ‘Tu tesis quedará guardada en la biblioteca de la universidad [...] en verdad si te interesa y te atreves a entrar en la industria y hacer negocios, hay múltiples oportunidades para gente como tú’. [...] un grupo de grandes empresas enfocado en los principales productos de exportación como el salmón, pero solo pocas y pequeñas empresas manejaban negocios en un nicho de altos márgenes, entre los cuales se encontraba la exportación de mariscos hacia Taiwán. [...] Nació así la idea, que tuvo como primer negocio la orden de compra por un millón de dólares anuales hecha por un intermediario taiwanés, el principal comprador especializado en mariscos de proveedores chilenos que exportaba a su país de origen, sobre todo navajas, un marisco de alta demanda (Geomar 2013, citado por Morales et al.) [...] Actualmente, Geomar llega a cadenas de venta al detalle, o retail, en Singapur, restaurantes y hoteles en Hong Kong y Taiwán, y otros destinos alrededor del mundo a través de socios-distribuidores con los que lleva casi dos décadas de relaciones comerciales.

Premium seafood, desde Chile para el mundo. [...] el país se encuentra entre las principales potencias de pesca extractiva del mundo, junto a países como China y el Perú. Su producción está destinada a más de cien mercados internacionales, destacándose los de Japón, Estados Unidos, China y Brasil.

La cadena de valor en la industria de productos marinos. La cadena de valor del sector incluye múltiples eslabones desde la captura hasta la llegada a la mesa de los comensales. La captura está dominada por agentes productores que van desde pescadores individuales hasta grandes conglomerados pesqueros, los que utilizan diversos métodos para la extracción de las especies de su hábitat natural. [...] Sobre la base de este esfuerzo inicial, Geomar logró convertirse en exportador indirecto durante tres años, en los que colocaba sus productos en Taiwán a través de un comercializador taiwanés. En términos de cadena de valor, Geomar era el procesador del producto comprado a buzos recolectores y pescadores artesanales y vendido a un agente comercializador ubicado en Chile, pero que estaba integrado hacia adelante como un importador directo en Taiwán. Por ello, durante sus primeros años de funcionamiento Geomar fue una pyme tradicional procesadora de productos que llegaban a los mercados extranjeros solo a través de un comercializador. [...] la distribución a los mercados asiáticos de los productos de mar funcionaba sobre la base de múltiples eslabones involucrados hasta llegar a las cadenas de foodservice. Que eran los principales clientes para los mariscos consumidos principalmente en hoteles y restaurantes. Al respecto, Donoso reflexiona:

Cuando uno pensaba en querer saltar hacia adelante, con miras a acaparar los márgenes absorbidos por intermediarios, comercializadores, mayoristas y otros, primero estaba el tema de la asimetría de información y de contactos que existía.

Uno de los elementos claves desarrollados por Geomar durante esta primera etapa fue el enfoque en la calidad del producto, el que era además procesado de acuerdo con las especificaciones del cliente taiwanés radicado en Chile y conforme a las necesidades de los clientes finales, que eran principalmente, distribuidores para cadenas de restaurantes de comida china ubicados en Taiwán.

De forma que, para cumplir con las estrictas especificaciones del cliente taiwanés, ambos emprendedores debieron mantener un control riguroso del proceso en toda la cadena de valor.

De la crisis nace la oportunidad: descubrimiento del mercado asiático. [...] la crisis asiática de 1997 [...] también afectó a Taiwán, mercado al cual se destinaba su

producción. La empresa chilena debió hacer frente a los riesgos implicados en la dependencia de toda su venta de un solo cliente.

Así, tras sufrir problemas con el pago de despachos pendientes, los socios de Geomar se vieron en la necesidad de ir en busca de nuevas plazas donde colocar sus productos, para lo cual debieron identificar nuevos clientes para las diferentes especies manejadas. [...] Así, Geomar definió que los mercados más atractivos para vender las navajas procesadas eran Hong Kong, Singapur y Taiwán. Los tres contaban con alto nivel de PBI per cápita, en ellos prevalecían la cultura y la ‘gastronomía china’, el ambiente de negocios era amigable para los occidentales, y la distribución de los mariscos en conserva se hacía principalmente a través de importadores/distribuidores a canales de foodservice.

Singapur y Hong Kong se seleccionaron sobre la base de su historia como excolonias inglesas ubicadas estratégicamente como la entrada occidental al mundo de los negocios en China continental y el Sudeste Asiático. A su vez, estas dos economías tienen altos niveles de ingresos, elevado consumo de productos de mar y una importante inserción de la cultura gastronómica china.

En cuanto a Taiwán, la producción de Geomar estaba ya desarrollada de acuerdo con las especificaciones para este mercado, pues allí sus productos habían tenido muy buena acogida en los tres años anteriores, por lo que se esperaba que fuese el mercado natural para encontrar nuevos clientes. [...] Otros tres años de visitas y reuniones con los potenciales clientes en Asia, Geomar realizó su primera exportación directa gracias a la paciencia y la apuesta de largo plazo de los socios. Donoso comenta:

El proceso de lograr su confianza requirió de mucho tiempo y dedicación. Los asiáticos hacen negocios basados en las personas que tienen al frente y, especialmente en el negocio de los alimentos, el poder confiar en sus proveedores resultaba clave. No era fácil convencerlos de que cumpliríamos con los estándares de calidad de los productos, la programación de entregas, de que nos responsabilizaríamos si llegábamos a tener un problema.

[...] En paralelo a las actividades de ampliación de la base de datos de contactos, información comercial y perfiles de mercado, se organizaron reuniones en las oficinas

de ProChile, elemento muy importante para los asiáticos, pues el llevarse a cabo en una entidad del gobierno chileno era una señal de respaldo a la seriedad de Geomar. A su vez, las mismas oficinas comerciales prestaron ayuda adicional al brindar, por ejemplo, el servicio de traductores y profesionales especializados en la gestión comercial y de aduanas. [...] requirió de un extenso trabajo previo para demostrar el interés, la seriedad y el compromiso de la empresa antes de lograr de ellos su primera orden de compra.

La estrategia: calidad insuperable desde las costas del Pacífico Sur. [...] se enfocó en contar con productos de la mejor calidad y en destacarse por su seriedad dentro de la industria, a pesar de especializarse en un nicho del sector pesquero dominado por grandes empresas. [...] La sostenibilidad ha sido otro de los pilares de Geomar desde su fundación, responsabilidad con el medio ambiente que es un elemento cada vez más valorado por los clientes finales en los mercados desarrollados.

La estrategia basada en la calidad se reforzó en 2001 con la inversión de US\$ 1.5 millones en una nueva planta de procesamiento de mariscos más moderna de América del Sur. [...] La nueva planta ubicada en Coronel, Concepción, cuenta con los más altos estándares y posee certificados que avalan el origen, el proceso y la calidad de los productos de Geomar, lo que le entrega un alto valor en el nicho donde opera. Entre sus principales certificaciones están la HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point System o Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), registrada ante el Food and Drugs Administration FDA, y la autorización para exportaciones a la Comunidad Europea. Asimismo, desde 2008 posee la certificación del British Retail Consortium BRC.

Por otra parte, como un claro indicador del enfoque en la certificación de la calidad, el gerente de Geomar incorporó a su empresa a quien se desempeñaba como jefe de una planta competidora en Argentina, ya que esta persona cumplía con el perfil necesario para ocupar la jefatura de la nueva planta. [...] un hito en el desarrollo de sus relaciones estratégicas establecidas con su cliente en Singapur, fue su actitud durante el primer embarque enviado. El etiquetado de los envases llegó al puerto con problemas de oxidación. A pesar que el producto embarcado cumplía con todas las especificaciones exigidas por el cliente y con la documentación requerida para la

obtención del pago en términos legales, Donoso decidió responsabilizarse por los problemas de empaque y buscar un nuevo destino de su embarque tras viajar personalmente a Singapur. [...] Geomar ganó un estatus de proveedor confiable y serio, características muy escasas en el sector, sobre todo cuando los proveedores eran nuevos en la industria y de orígenes tan lejanos como es el caso del pequeño proveedor chileno. Donoso lo recuerda así:

La decisión tomada en ese entonces fue realmente compleja y arriesgada en realidad, quien era mi socio de entonces no compartió mi apuesta y dejó la sociedad, pues era muchísimo dinero el que estábamos poniendo en juego por hacernos de una circunstancia de la cual no éramos directamente responsables. No me arrepiento de lo que hicimos entonces, de hecho es hoy uno de los factores claves para sustentar la relación estratégica con clientes importantes. En la industria las voces corren, y la mayor parte de los importadores y distribuidores supieron que un pequeño exportador llamado Geomar, que enviaba productos desde Chile, era serio y confiable.

Aprendizaje junto a los socios-clientes. [...] Geomar fue ampliando la gama de mariscos en conserva que fue proveyendo a sus compradores en busca de una mayor eficiencia operacional y de economías de escala. Así, en 2006, Geomar se enfocó durante dos años en desarrollar nuevos productos y mercados en el nicho gourmet [...] productos como centolla, caracoles, calamares, locos, abalones, erizos y pulpos, entre otros.

En este proceso, en muchos casos fueron los mismos clientes de Asia quienes hicieron llegar información comercial a Geomar, tanto sobre los productos ofrecidos por sus competidores desde Chile como de aquellos que solicitaban a sus ‘socios proveedores’ para su aprovisionamiento. Al respecto, Donoso destaca: ‘El desafío es lograr la confianza de la contraparte asiática, pero, una vez obtenida, el negocio funciona solo’.

[...] Geomar también debió incorporar algunos aspectos de la idiosincrasia asiática en su actividad de negocios [...] el darse cuenta de la necesidad de contar con recursos humanos capaces de potenciar la penetración de su empresa en los mercados asiáticos. Esta debilidad fue solucionada con la contratación de un director comercial, un

exintermediario [sic] de la industria frutícola y de productos de mar con más de veinte años de experiencia en la exportación de productos chilenos a Asia quien, a causa de la crisis asiática, había debido cerrar su propia empresa.

Así fue como Mauricio Baeza se incorporó a Geomar con la responsabilidad de las ventas en Asia. Para acomodarse a la realidad cultural de la contraparte, en varias reuniones con los dueños de las empresas asiáticas el gerente general fungió de subordinado del ejecutivo de mayor edad y experiencia en la industria. Como lo comenta él mismo:

Mauricio manejaba los códigos para hacer negocios con los asiáticos, se acomodaba a sus tiempos, silencios, conocía algunas canciones para el karaoke, y muchos detalles más que lo hacían una contraparte sólida en Asia. Fue una persona clave en los logros que tuvimos para abrir nuestro camino en el mercado.

[...] El emprendedor Donoso mantiene hoy relaciones de amistad con varios de sus socios-clientes de décadas, incluyendo a su distribuidor en Malasia, quien visita anualmente Chile y a quien atiende junto a su familia en su casa.

La apuesta por el futuro. Sobre la base del aprendizaje logrado en el perfeccionamiento de procesos, desarrollo de redes y certificación de la calidad, entre otros aspectos, generados desde los inicios de su incursión en el mercado asiático, la empresa chilena ha ido ampliando sus mercados alrededor del globo. [...] Asimismo, durante los últimos años Geomar ha tenido un especial enfoque en diversificar sus mercados para disminuir su posible exposición a los efectos de las crisis económicas regionales, como la crisis asiática, la catalizadora del inicio de sus operaciones en Asia. De esta forma mitigaría los riesgos por exposición a la volatilidad del tipo de cambio y los flujos de ingresos.

También ha sido su objetivo reforzar su posicionamiento de los productos con la marca Geomar en los distribuidores al por menor, tiendas de delicatessen y consumidores finales, en respuesta a la oportunidad que ha significado la penetración del consumo de productos gourmet en supermercados y tiendas especializadas en los mercados desarrollados y, cada vez más, en algunos destinos asiáticos como Japón, Singapur y Hong Kong. [...] A su vez, Geomar potencia valores muy apreciados en

los mercados desarrollados, como la asociación de la marca a la responsabilidad social –a través de su vínculo con los pescadores y los buzos, la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente y las buenas prácticas empresariales, entre otros. (pp.108-125).

3.2.2.4. IDEA DE ÉXITO EMPRESARIAL DE PROYECTO EMPRENDEDOR

Quintana (2001). En su artículo científico ‘Las dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras’, escribió la idea de éxito de la empresa como proyecto emprendedor. Dice:

“Es posible asociar el éxito organizativo a la eficacia (García y Pérez, 1999; Quintana, 2000), y dado que la organización se crea con la finalidad de conseguir determinados objetivos, las empresas tendrán éxito, si logran de manera continuada, aquello que pretenden conseguir.” (p. 144).

Ciertamente, para poder lograr lo que quieren conseguir, tienen que adaptarse a las exigencias del Estado y del entorno; unas, imitando experiencias de empresas exitosas, otras, planteando su visión-misión y, definiendo cuáles son los vacíos que no está atendiendo la empresa y la competencia, y así declarar los objetivos que deberán alcanzar a fin de tener éxito.

Ahora veamos qué teorías describe Cristina Quintana en su artículo ‘Las dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras’, a fin de poder seleccionar una que pueda administrarse en la segunda variable ‘Éxito empresarial’ del presente trabajo de tesis.

El paradigma estructura-conducta-resultados (ECR)

La economía industrial conoce al ECR como un enfoque clásico de la economía. Quintana (2001) al citar a Segura 1993, escribe:

Éste sostenía, en su versión inicial, la existencia de una causalidad unidireccional entre los tres factores: la estructura determina el tipo de conducta seguido por los agentes, lo que, a su vez, determina los resultados obtenidos por el mismo (Segura, 1993:45-47; citado por Quintana 2001, p. 140).

En cuanto al efecto que el mercado puede ejercer en el éxito de la empresa y en los comportamientos de sus agentes, Quintana (2001) dice:

En efecto, el paradigma ECR establece que es la *estructura* del mercado la que determina la supervivencia o desaparición de la empresa. Las variables que conforman dicha estructura son: demanda del producto, tecnología y costes de producción, grado de concentración, barreras de entrada y salida de la industria, tipo de información y acceso a la misma. Estas características estructurales son las que obligan a los agentes a elegir entre dos *comportamientos* alternativos: un comportamiento competitivo (precio-aceptante) o un comportamiento estratégico, que abarca desde las colusiones y la cartelización hasta la creación de barreras a la entrada de nuevos competidores, las prácticas predatorias de precios o el uso de la estrategia de diferenciación para conseguir poder de mercado.

La principal crítica a la teoría estructura-conducta-resultado es que no contempla la capacidad de las empresas para modificar la estructura del mercado, de manera que niega que la influencia del entorno y la empresa sea recíproca. (p.140).

Teoría de la organización

Son teorías evolucionistas que tratan de explicar los cambios organizativos y que se pueden agrupar en tres enfoques.

Quintana (2001) al citar a Hannan y Freeman, 1984 y Villacorta, 1998; clasifica los tres enfoques así:

-Las teorías que se basan en el control externo de la conducta organizacional, surgidas como reacción a los enfoques tradicionales que enfatizaban en los procesos internos de las empresas como si éstas constituyeran unos sistemas cerrados; aquí se encuadran principalmente la teoría ecológica de las poblaciones y la teoría de la dependencia de recursos.

-Un segundo bloque lo conformaría la perspectiva de adaptación racional, el cual propone que la variabilidad organizacional refleja cambios diseñados en la estrategia y en la estructura de las organizaciones individuales en respuesta a los cambios

ambientales (amenazas y oportunidades); el supuesto básico consiste en que las acciones que se emprenden para alcanzar alguna meta son conscientes y premeditadas, esto es, las preferencias pueden elegirse; dentro de este grupo destaca la teoría contingente.

-Y, por último, la teoría de la transformación fortuita, que postula que no existe una relación causal entre las acciones y los ratios de supervivencia de las empresas, bien porque los directivos no poseen información acerca de todas las variables relevantes del entorno, bien por problemas de racionalidad limitada; esta tercera perspectiva niega la racionalidad de la conducta, tanto la dirigida internamente como la determinada externamente; dentro de ésta se encuadran las teorías del proceso de decisión con enfoque institucional. (p.141).

Teoría Ecológica de las Poblaciones. En esta teoría, Quintana (2001) cita a (Hannan y Freeman, 1977 y 1984; Carrol, 1985; Carrol y Harrinson, 1994). Dice:

[...] o modelo de selección natural sostiene que las organizaciones no son capaces de prever las amenazas del entorno, sino que es él quien selecciona a las empresas que sobrevivirán [...] toma como unidad de análisis a un conjunto de empresas similares (poblaciones) [...] se basa en la idea de que los recursos ambientales están estructurados en forma de nichos, esto es, combinaciones de recursos con los que una población puede sobrevivir y reproducirse [...] este enfoque ecológico supone que existe un número de limitaciones, tanto de carácter interno como externo a las empresas (Hannan y Freeman, 1977:930), que dificultan la habilidad de las mismas para adaptarse a su entorno, situación conocida como la *inercia estructural*. Como consecuencia de esta inercia, el entorno selecciona de manera natural a aquellas empresas que se ajusten mejor a sus características. En este sentido, aunque la ecología de las poblaciones es una teoría evolucionista, no se basa en el progreso, sino en la selección. (p.141).

Teoría de la dependencia de recursos. En esta teoría, Quintana (2001) cita a Aldrich y Pfeffer, 1976; Pfeffer y Salancik, 1978; y Pfeffer, 1992. Dice:

[...] que las organizaciones se encuentran restringidas externamente, pero presta mayor atención a los procesos internos de las organizaciones en la creencia de que éstas tratan de manejar sus ambientes o adaptarse estratégicamente a ellos (Aldrich y Pfeffer, 1976:79). Esta teoría pone de manifiesto la incapacidad que muestran las organizaciones a la hora de generar todos los recursos que necesitan por sí mismas; de tal modo que si quieren sobrevivir deben obtener parte de sus recursos del entorno, desde otras organizaciones externas. Esta interdependencia puede conducir al desarrollo de intentos de influencia inter organizativa. Así, la teoría de la dependencia de recursos sugiere que la conducta empresarial llega a ser influida externamente porque la organización debe atender a las demandas de las organizaciones proveedoras que dentro de su ambiente les proporciona los recursos necesarios (Pfeffer, 1992:212).

De modo que este enfoque pone un gran énfasis en el entorno y en las relaciones entabladas con él, al igual que lo hace el enfoque ecológico de las poblaciones. Pero a diferencia de ésta, supone que las organizaciones no son entes inactivos que están sometidos a la selección natural, sino más bien poseen una naturaleza activa con capacidad de actuación para alterar y dar respuesta a los cambios medioambientales. Así pues, a diferencia del enfoque ecológico, defiende la máxima de *adaptación* frente a la *selección natural* (Pfeffer, 1992: 18). (p. 141).

Teoría contingente. En esta teoría, Quintana (2001) cita a Burns y Stalker, 1961; Lawrence y Lorsch, 1987; y Thompson, 1994. Dice:

La teoría contingente afirma que las relaciones entre las características organizacionales son contingentes o dependientes del contexto. Este enfoque afirma que es necesario efectuar una evaluación de las condiciones de dicho contexto para seleccionar posteriormente con éxito las acciones directivas, el diseño y la estructura de organización (Hodge, Anthony y Gales, 1998:20) más adecuadas para cada caso particular. Este análisis defiende que no existe una manera óptima de organizar, no existe un modelo inmutable y definitivo, confeccionado conforme a unas normas universales, sino más bien, que la organización es un producto flexible, elaborado y reelaborado de forma casi permanente a la medida de las circunstancias (Aguirre,

Castillo y Tous, 1999:157 y ss). Desde este punto de vista, toda organización que desee ser eficiente tendrá que procurar la congruencia entre su estructura y procesos internos y las características específicas (contingencias) que la rodean. (p. 142).

Fernández, 1986:468; citado por Quintana (2001) dice:

Las contingencias que afectan a una organización pueden agruparse en dos grandes bloques.

-El medio ambiente, que presenta a su vez dos niveles, el entorno genérico y el específico;

-El contexto, o conjunto de elementos organizativos tales como la edad, tamaño, tecnología, estrategia, tipo de propiedad, poder e incluso la cultura y las características de los recursos humanos.

A partir de tales contingencias, este enfoque pretende establecer las principales interrelaciones que existen entre una organización, sus componentes y el medio en la que está inserta, para así poder proponer diseños organizativos acordes a cada situación o contingencia. El éxito vendrá dado por la capacidad para reconocer y evaluar las contingencias, estableciendo el sistema directivo apropiado. (p.142).

Teoría del proceso de decisión con enfoque institucional. Quintana (2001) dice:

El *institucionalismo* puede considerarse como un planteamiento alternativo a las teorías que defienden la evolución racional de las organizaciones. Tiene sus orígenes en las aportaciones de Selznick (1957), quien sostiene que las organizaciones, aunque están al servicio de los hombres, tienen vida por sí mismas, por lo que las estructuras formales no pueden tener éxito sin abordar los problemas no racionales del comportamiento organizativo que son dos (Fuente, *et al.*, 1997:138): a) los individuos, que participan en la organización como un todo individual y no sólo mediante sus roles formales, y b) las estructuras organizativas, que también integran componentes informales. Así, según esta teoría, los miembros de la organización no evalúan los problemas de un modo racional, sino que responden a las presiones sociales para ajustarse a las creencias convencionales o *institucionalizadas*. La institucionalización es un proceso de crecimiento orgánico, por el que la organización se adapta a los intereses de los grupos internos y a los valores de la sociedad exterior.

Esto es, la estructura organizativa es un organismo *adaptativo* que se va definiendo como reacción a las características y compromisos del estado, expectativas de los profesionales o normas colectivas del entorno institucional, con el objetivo de mantener la legitimidad e integridad y la estabilidad del sistema en sí mismo. Como resultado, los directivos tienen cierta tendencia a imitar prácticas antiguas y experiencias de empresas con éxito. (p. 142).

“De entre las diversas contribuciones de la escuela institucional, su énfasis sobre el entorno es considerada como la más importante, percibiéndose que ningún otro enfoque haya prestado tanta atención a esta variable, salvo quizá el enfoque de sistemas”. (Perrow, 1991:201; citado por Quintana 2001).

Ahora pasemos a revisar lo que plantea Quintana (2001) acerca de las escuelas de pensamiento sobre dirección estratégica.

Escuelas de pensamiento sobre dirección estratégica

En 1996, Bueno citado por Quintana (2001), sostiene que los enfoques básicos de las escuelas de pensamiento sobre dirección estratégica son dos: “a) las escuelas prescriptivas o racionalistas y, b) las escuelas descriptivas o del proceso”. (p. 142).

Pensamiento estratégico racional. Quintana (2001) dice:

El *pensamiento estratégico racional* (escuela del diseño, escuela de la planificación, escuela del posicionamiento) ha ejercido una gran influencia hasta principio de los años noventa; asume que la dirección de la empresa posee una discrecionalidad considerable, es analítica y racional, por lo que podrá tomar las decisiones estratégicas correctas para posibilitar la máxima rentabilidad a las empresas. Desde este punto de vista la estrategia de la empresa es un proceso *deliberado*, deduciéndose por tanto que la continuidad de la empresa se debe exclusivamente al quehacer de la dirección.

En este sentido, en el marco del enfoque organizativo contingente, Child (1972) al hablar de la *elección estratégica*, afirmó que, en contra de lo comúnmente aceptado, las organizaciones no estaban tan estrechamente ligadas a sus medios. Éstas podían escoger los ambientes en donde iban a operar o incluso, en virtud de las

imperfecciones del mercado, los directivos tenían facultades discrecionales para lograr sus objetivos, no sólo de desempeño y eficiencia, sino también de poder, autonomía o estabilidad. (p. 143).

Teoría de las estrategias de crecimiento. Quintana (2001) dice:

Un segundo enfoque, integrado por aportaciones como las de Ansoff (1965), enfatiza más en la perspectiva externa o del entorno. Con este foco de atención, la preocupación se centra en construir determinada *teoría de las estrategias de crecimiento* o de cómo la empresa puede formular y elegir determinado vector de crecimiento a través de la expansión y diversificación (Bueno, 1995). (p. 143).

Teoría de los problemas estratégicos. Quintana (2001) dice:

Posteriormente el propio autor (Ansoff, 1980) formula la *teoría de los problemas estratégicos*, donde la expresión Dirección Estratégica sustituye a la de Planificación Estratégica. En esta teoría se pretende integrar tanto la dimensión externa de la complejidad como su dimensión interna, es decir, se busca un equilibrio adecuado entre los problemas del entorno y los problemas de la organización. Dicha búsqueda supuso una evolución en la teoría del crecimiento, haciéndola más cercana a la realidad de los últimos años, introduciendo nuevos planteamientos estratégicos más próximos a la adaptación, reorientación y cooperación de las empresas en las nuevas condiciones competitivas. (p. 143).

Teoría dinámica de la estrategia. Quintana (2001) dice:

Esta proposición es también asumida por Porter (1991) quien, al formular su *teoría dinámica de la estrategia*, apunta la necesidad de adoptar una concepción integradora, al indicar que el rendimiento de una organización depende de la interacción entre la elección estratégica y el entorno; es decir, la continuidad de la empresa se debe tanto a factores internos como externos.

Desde esta perspectiva, la teoría dinámica de la estrategia argumenta que el éxito de las empresas depende de tres condiciones:

1. De cómo la empresa es capaz de desarrollar y poner en práctica, con la máxima consistencia interna, un conjunto de objetivos y de políticas funcionales que definen una determinada posición competitiva.

2. De que la empresa sepa dar una consistencia interna al conjunto de objetivos y políticas y relacionarlo adecuadamente con los puntos fuertes y débiles de la misma, y con las oportunidades y amenazas que presenta el entorno. En este caso, es la estrategia la que permite relacionar la empresa con su entorno.
3. De que la empresa sea capaz de generar un conjunto de "competencias esenciales" y explotarlas a través de una determinada estrategia.

A la luz de las teorías descritas por Quintana, se puede afirmar que el éxito empresarial se verá influenciado positivamente o afectado negativamente por una variedad de factores o elementos que ostentan un carácter tanto externo como interno.

En ese sentido, Quintana (2001) comenta:

Así, la evolución de las empresas va a venir condicionada por el estado en que se encuentren las variables medioambientales y por la capacidad de ellas para capitalizar las oportunidades que ofrezca el entorno o, en su caso, soslayar las amenazas. (p. 143).

En el párrafo inmediato de arriba, se aprecia que Quintana (2001) menciona “variables medioambientales”. Lo que hace recordar que unas páginas más arriba, menciona “cambios ambientales”, en la parte de los tres enfoques de Hannan y Freeman, justo debajo del encabezado teoría de la organización. Veámoslo en su contexto, en el segundo enfoque escribe: “la variabilidad organizacional refleja cambios diseñados en la estrategia y en la estructura de las organizaciones individuales en respuesta a los cambios ambientales (amenazas y oportunidades)” (p. 140).

Así que acá se hace necesario aclarar que ambas expresiones “variables medioambientales” y “cambios ambientales (amenazas y oportunidades)”, van encausadas en el mismo tema. Porque las variables medioambientales de una empresa, también llamadas variables ambientales de una empresa son manejados por aquellos que dirigen organizaciones y diseñan proyectos empresariales considerando los factores que influyen en el entorno.

A fin de reforzar esa idea para el trabajo de tesis, veamos lo que sostiene Gascón (s.f.) en su artículo factores ambientales de la empresa. Dice:

Los factores ambientales de la empresa son todas aquellas condiciones de las que no se tiene control y que influyen o dirigen el proyecto. Pueden ser internos (la misma organización): cultura de la organización, ética y horas de trabajo, disponibilidad de recursos, capacidad de los empleados y, distribución geográfica. Externos (cuando están orientados al cliente o situaciones fuera del proyecto): condiciones del mercado, estándares gubernamentales, restricciones legales, consideraciones financieras y, elementos ambientales físicos.

Y así como existen los factores ambientales de la empresa, también existen los factores condicionantes del éxito de los proyectos emprendedores. Tema que se va a dilucidar a continuación.

Quintana (2001) dice que “las empresas tendrán éxito, si logran de manera continuada, aquello que pretenden conseguir”. (p. 144). Pero la consecución de objetivos es la eficacia, la que, a su vez, tiene que ver con el éxito de la organización. También, dice que la moderna teoría financiera de la empresa busca solamente la optimización de la riqueza de los propietarios de los bienes de la empresa. Pero, como es común en las organizaciones, este sólo objetivo pide la consecución previa de varios objetivos intermedios. Y como todo objetivo en una organización, éste pide las acciones y recursos que se necesitan para lograrlo. Por eso, Quintana (2001) dice que “esta idea es más acorde con el enfoque de sistemas [...], mide la eficacia por el funcionamiento óptimo del sistema, cambiando la consideración del fin último (enfoque de las metas) por la atención a los procesos y objetivos intermedios” (García y Pérez, 1999; citados por Quintana 2001). (p.144).

Quintana precisa que existen objetivos distintos en las fases del ciclo de vida organizacional de un proyecto emprendedor. Y que dichas fases son cinco: “pre-inicio, start-up, crecimiento, madurez-crecimiento lento, y declive/renovación” (Greiner, 1972; Adizes, 1979; Churchill y Lewis, 1983; Quinn y Cameron, 1983; Miller y Friesen, 1984; Kazanjian, 1988; Greiner 1998; citados por Quintana 2001, p. 144).

A continuación, se presenta el cuadro de objetivos a través del ciclo de vida organizacional, elaborado por Quintana.

TABLA 1. Objetivos a través del ciclo de vida organizacional

	FASES DEL CICLO DE VIDA ORGANIZACIONAL				
	Pre-inicio	Start-up	Crecimiento	Madurez	Declive/Renovación
Objetivos Prioritarios	Crear la empresa	Supervivencia Eliminar riesgo Ocupar nicho de mercado	Crecimiento sostenido Desarrollo de mercados y/o de productos	Eficiencia Capitalizar resultados de la fase de crecimiento Mantener cuota de mercado	Evitar fracaso empresarial Innovación Renovación

Fuente: Quintana (2001)

También, señala que esta tabla sintetiza el concepto de éxito, expresando los objetivos prioritarios que se tienen que lograr en las cinco fases mencionadas.

Quintana (2001) sostiene que la consecución de los objetivos mencionados tiene dos factores con respecto al emprendedor o empresario y su organización: externos e internos.

TABLA 2. Factores condicionantes del éxito

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS
<ul style="list-style-type: none"> - Marco ambiental genérico - Redes de soporte social: financiero, profesional y moral 	<ul style="list-style-type: none"> - Personales o variables intrínsecas al sujeto emprendedor - Institucionales o variables extrínsecas, de racionalización en la gestión empresarial

Fuente: Quintana (2001)

A continuación, se revisan los factores externos.

Marco ambiental genérico. Acá se agrupan los elementos que inciden en la capacidad para competir de las empresas del mercado. Quintana plantea cuatro ambientes: Ambiente económico, Ambiente sociocultural, Ambiente político-legal y, Ambiente y grado de desarrollo educativo-científico-tecnológico. (p. 145).

TABLA 3. Marco ambiental genérico

AMBIENTE	CONCEPTO
Ambiente económico	Cuanto más estable y expansivo sea, mayor será el efecto atracción sobre nuevos emprendedores, así como la oportunidad de consolidar los proyectos en marcha (Andrés, García y Fuente, 1999:58; citado por Quintana 2001).
Ambiente sociocultural	Hay estudios que revelan una correlación positiva entre la emergencia empresarial y “la legitimación social del empresario”. (Wilken, 1979:8-10; García y Llopis, 1997; citados por Quintana 2001). Las personas de determinados grupos viven situaciones que les hace percibir la actividad empresarial como una forma alternativa a su posición actual (Solymossy, 1997; citado por Quintana 2001).
Ambiente político-legal	La intervención del Estado puede tener efectos tanto positivos como negativos en la actividad empresarial [...] la desregulación fomenta el proceso de creación y desarrollo de empresas [...] una mayor regulación desincentiva la emergencia empresarial y se correlaciona positivamente con la inversión de naturaleza más especulativa. (Andrés, García y Fuente, 1999:57; citados por Quintana 2001).
Ambiente grado y desarrollo educativo científico tecnológico	El marco tecnológico y educativo va a tener gran incidencia tanto en el inicio como en el desarrollo de los proyectos empresariales, muy especialmente en los de alta tecnología. Las probabilidades del éxito inicial incrementan cuando crece la preparación profesional de la población y el grado de familiaridad, habilidad y experiencia con respecto a la tecnología existente. En fases posteriores, la mutación tecnológica origina varios tipos de retos, como el generar oportunidades nuevas de explotación de tecnologías emergentes, así como la regeneración de los productos y servicios tradicionales (Benavides, 1998: 71-72; citado por Quintana 2001).

Fuente: Síntesis propia a partir de Quintana (2001)

Redes de soporte social. Estas redes desempeñan un papel destacado en el éxito de los proyectos empresariales (Aldrich y Zimmer, 1986; Abad, Castillo y Quintana, 1999; citados por Quintana 2001). Acá los tipos de funciones que ven estas redes, se agrupan en tres apoyos: Apoyo financiero, Redes de soporte profesional y, Red de apoyo moral. (Quintana 2001, p. 146).

TABLA 4. Redes de soporte social

APOYO	CONCEPTO
Red de apoyo moral	Quintana (2001) dice: En particular, está contrastada la incidencia positiva de la presencia de familiares emprendedores (habitualmente el padre), que facilita el aprendizaje y el adoctrinamiento en una cultura empresarial desde la infancia (Hisrich y Peters, 1992:64; citado por Quintana 2001, p. 146).

Sigue ...

... Continua

APOYO	CONCEPTO
Apoyo financiero	<p>Quintana (2001) dice: Se da en tres formas: fórmula de capital de riesgo, apoyo financiero público y financiación bancaria. Con capital de riesgo se da más en empresas de alta tecnología (Hiam y Olander, 1997:347; citado por Quintana 2001). Con apoyo financiero público se da como subvenciones con un proceso lento que reduce el costo financiero, pero de pequeña significación para la creación y desarrollo de una empresa. Con financiación bancaria se basa en el crédito a corto plazo que es insuficiente para crear empresas con un compromiso a largo plazo. (p. 146)</p>
Redes de soporte empresarial	<p>Quintana (2001) dice: Se dan en forma de consejos, asesoramiento, recursos, acceso a mercados, etc. Sus instrumentos son: mentores, redes de cooperación empresarial, agentes de desarrollo local, organizaciones incubadoras, universidades, etc. (Bahrami y Evans, 1995; Johannisson, 1996; Podolny y Page, 1998; citados por Quintana 2001, p. 146). Las redes de cooperación empresarial brindan apoyo de largo plazo, compatible con el fortalecimiento de la autonomía y consolidación propia del proyecto empresarial. Según Solé y Bramanti, 1991; Powell, Koput, y Smith-Doerr, 1996; Podolny y Page, 1998; citados por Quintana 2001, Sus beneficios son: -Favorecer el aprendizaje inter organizativo -Proporcionar legitimidad y estatus, cuestión interesante en los primeros años de vida de la empresa dado el elevado riesgo de novedad (Brüderl y Schüssler, 1990; citados por Quintana 2001, p. 146) -Generar beneficios económicos en términos de costes de transacción y economías de escala. -Mejorar la situación de la dependencia de recursos externos, etc. (p.146).</p>

Fuente: Síntesis propia a partir de Quintana (2001)

A continuación, se revisan los factores internos: Personales e Institucionales.

Factores personales o variables intrínsecas al sujeto emprendedor. Quintana (2001) dice que están “para desarrollar exitosamente la función empresarial”. También, dice que tiene dos dimensiones: a) conjunto de actitudes y valores personales y, b) formación y experiencia profesional.

TABLA 5. Dimensiones básicas del sujeto emprendedor

DIMENSIÓN	CONCEPTO
Formación y experiencia profesional	<p>Formación. Según Veciana, 1989:30; citado por Quintana 2001, “el nivel de formación no es una característica peculiar del empresario que lo distinga del resto de la población, ni es una garantía de calidad de gestión interna y motivación para continuar el negocio”.</p> <p>Experiencia anterior. Según Dickson, 1974:16-18; citado por Quintana 2001, un área potencial de problemas es la carencia de una experiencia ‘equilibrada’, esto es, la posesión de abundante experiencia de carácter técnico, pero no gerencial. Según Roure y Maidique, 1990; Butt y Kahn, 1996; citado por Quintana 2001, “se ha constatado que el poder explicativo de esta variable con relación al éxito es creciente a medida que la complejidad tecnológica y el tamaño de la empresa son mayores”. (p. 147).</p>
Conjunto de actitudes y valores personales	<p>Según McClelland, 1953; Collins, Moore y Unwalla, 1964; Julian, Lichtman y Ryckman, 1968; Brockhaus, 1980; Rotter, 1987; Johnson, 1990; citados por Quintana 2001, sostienen que son cinco las características distintivas de los emprendedores: “Necesidades de logros, el deseo de independencia, locus de control interno, la asunción de riesgos moderados y la tolerancia a la ambigüedad”. (p. 147).</p>

Fuente: Síntesis propia a partir de Quintana (2001)

A continuación, se revisa el otro factor interno que se refiere a los elementos institucionales o variables extrínsecas, de racionalización en la gestión empresarial.

Factores Institucionales o Variables Extrínsecas, de racionalización en la gestión empresarial. Quintana (2001), dice:

Las características descritas del empresario emprendedor deben plasmarse en una gestión interna de alta calidad, lo que vendrá condicionado por la habilidad para identificar en cada etapa de desarrollo las esferas de actividad críticas para el logro de los objetivos. Desde esta perspectiva longitudinal, se suelen señalar cuatro funciones claves: percepción y explotación de una oportunidad objetiva y viable de mercado, diseño y confección de un plan de viabilidad, decisión de la fórmula de creación y ejecución; y una vez emprendido el proyecto, desarrollo de una racionalización progresiva de la actividad. (p. 147).

TABLA 6. Elementos institucionales o variables extrínsecas

DIMENSIÓN	CONCEPTO
Percepción y explotación de una oportunidad objetiva y viable de mercado	<p>Según Hills, Lumpkin y Singh, 1997; citados por Quintana (2001), sostienen que las redes sociales son una fuente de oportunidades importantes. Y Quintana dice: “la evaluación del interés de capitalizar una oportunidad incluye aspectos tales como</p> <ul style="list-style-type: none"> - la cuota de mercado previsible - la ratio de crecimiento previsto - tiempo máximo que el proyecto podría existir”. (p. 147).
Diseño y confección de un plan de viabilidad	<p>Según Block y Macnillan, 1992; citados por Quintana 2001, escriben que “la realización de esta actividad como paso previo a la creación de empresas presenta una serie de ventajas como la de evitar costes por errores de novedad o proporcionar fundamentos lógicos y prácticos para evaluar continuamente el proyecto empresarial”. (p. 147).</p>
Decisión de la fórmula de creación y ejecución	<p>Según Bermejo, Rubio y Vega, 1994:175-208; Roberts y Berry, 1996; citados por Quintana (2001), plantean que “algunas de las estrategias posibles de iniciación son</p> <ul style="list-style-type: none"> - la adquisición de una empresa ya existente - la nueva creación (siendo el caso familiar el caso predominante) - la franquicia - el management buy-out o compras apalancadas” (p. 147).
Desarrollo de una racionalización progresiva de la actividad	<p>Según Drucker (1992) citado por Quintana 2001, argumenta: La consolidación de las nuevas empresas pasa por una serie de requerimientos sucesivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al principio, el foco de atención está en el mercado - Una vez asentado el proyecto, hay que cuidar la situación financiera - Y una vez controladas estas dos actividades, la preocupación principal será el diseño organizativo (Terpstra y Olson, 1993; citado por Quintana 2001). Estas tres actividades críticas estarán acompañadas por el resto de actividades gerenciales. (p. 147). <p>Quintana (2001) escribe: “la racionalización administrativa queda plasmada en diversas dimensiones: Objetivos, planes, presupuestos, controles”. (p. 148).</p>

Fuente: Quintana (2001)

Ahora, se va a presentar una vista que sintetiza los factores condicionantes del éxito empresarial según la doctora Cristina Quintana.

TABLA 7. Síntesis de los factores condicionantes del éxito empresarial según Quintana, C.

TIPO	FACTOR	COMPONENTE	COMENTARIO	
Factores Externos	Marco ambiental genérico	Ambiente económico	Una Economía estable que atraiga inversiones	
		Ambiente socio cultural	Sólo al inicio. Emprendedor sale de grupo social	
		Ambiente político legal	El Estado que tiene que incentivar la creación y el crecimiento sostenido de empresas	
		Ambiente y grado de desarrollo educativo científico tecnológico	Que sirva para la regeneración de los productos y servicios tradicionales	
	Redes de soporte social	Apoyo financiero	Capital de riesgo	
			Apoyo financiero público	
			Financiación bancaria	
		Redes de soporte profesional	Mentores	
			Redes de cooperación internacional	
			Agentes de desarrollo local	
			Organizaciones incubadoras	
		Red de apoyo moral	Universidades	
			Padre	
Esposa				
Factores Internos	Personales o variables intrínsecas al sujeto emprendedor	Actitudes y valores del emprendedor	Necesidades de logros	
			Deseo de independencia	
			Locus de control interno	
			Asunción de riesgos moderados	
			Tolerancia a la ambigüedad	
	Formación y experiencia del emprendedor	Formación técnica o universitaria		
		Experiencia gerencial anterior		
	Institucional o variables extrínsecas al sujeto emprendedor	Percepción oportunidad objetiva y viable de mercado	En la fase de Pre-inicio. Cuota de mercado previsible, Ratio de crecimiento previsto, Tiempo máximo de existencia del proyecto	
			En la fase de Pre-inicio	
		Decisión de la fórmula de creación y ejecución	En la fase de Inicio. Adquisición, Nueva, Franquicia, Compra apalancada	
Racionalización progresiva de la actividad (después del Inicio)		Mercado y actividades de marketing		
		Situación financiera		
	Diseño organizativo (objetivos, planes, presupuesto, control)			

Fuente: Elaboración propia a partir de Quintana (2001)

Para tener una mejor idea de la teoría de la doctora Cristina Quintana, se recomienda revisar las observaciones finales de su estudio. Después de eso, se podrá ir al siguiente paso; dimensiones e indicadores de la variable Éxito Empresarial del presente trabajo de tesis.

Observaciones finales del estudio de Quintana. Antes de revisar sus observaciones finales, es recomendable conocer qué metodología, técnicas y dimensiones ha trabajado.

Quintana (2001), sobre las dimensiones que ha trabajado, dice:

Se hizo un estudio empírico en veinte empresas gacelas, con el objetivo de comprender y obtener un conocimiento rico sobre la creación y consolidación de empresas. Este tipo de empresas pueden considerarse representativas del éxito, pues se caracterizan por un elevado dinamismo al presentar un crecimiento sostenido en su facturación por encima del 25% durante al menos tres años.

Las dimensiones analizadas han sido:

- El perfil cognitivo de los emprendedores
- El macroentorno (económico, político, tecnológico, etc.)
- Las redes de soporte social (apoyo familiar, subvenciones públicas, organizaciones incubadoras, mentores, etc.)
- La calidad de gestión interna medida por las diversas áreas gerenciales (planificación, organización, marketing, etc.) (p. 147).

A manera de comentario. De manera preliminar, éstas son las cuatro dimensiones que, en principio, se alinearon con la realidad problemática de la fábrica de harina de pescado en Chimbote. El perfil cognitivo se refiere a la Formación y experiencia profesional del emprendedor, que juntamente con las Actitudes y valores (perfil psicológico), comprenden los factores personales del sujeto empresario. El Macroentorno se refiere al Marco ambiental genérico. El Ambiente socio cultural sólo se da al inicio del emprendimiento, porque a decir de Quintana, el sujeto emprendedor ve en el emprendimiento una alternativa a su nivel socio cultural (Quintana 2001, p. 145). La Calidad de gestión interna comprendería, en la fase de madurez, a la Racionalización progresiva de la actividad, dentro de los Factores Institucionales. Todo esto se revisará con más detalle en las siguientes páginas.

Quintana (2001), sobre la forma que hizo su estudio, dice:

Metodología cualitativa con el método de estudio de casos [...] Investigación exploratoria y explicativa [...] Técnica de entrevista personal en profundidad durante el período octubre de 1998 y abril de 1999 [...] Las entrevistas se han realizado de manera semiestructurada, mediante el uso de un cuestionario (King, 1994; citado por Quintana 2001). A pesar de que éste contemple respuestas prefijadas, éstas no son rígidas, sino que se les ha dotado de flexibilidad mediante la recogida de respuestas abiertas, así como notas de campo correspondientes a explicaciones, aclaraciones y consideraciones no contempladas en el cuestionario [...] Se ha utilizado, para cada respuesta, la Escala de Likert (1-5) por cada etapa de desarrollo.

Además, utilizando la información procedente de la base de datos ARDÁN (Analistas Económicos de Andalucía, 1998), la elección de los elementos muestrales se ha hecho de un modo estratificado, para reflejar la estructura de la población marco, atendiendo a la representatividad de los sectores de actividad (5% sector primario, 30% industria, 15% construcción, y 50% servicios). (pp. 148-149).

En 2001, Quintana expone sus observaciones finales y dice:

- Podemos observar cómo no existe ninguna fase que no haya sido experimentada por alguna empresa, y habitualmente han evolucionado en la secuencia descrita. Pre-inicio 65% de la muestra, start-up 40%, crecimiento 100%, madurez 40%, renovación 95%, y declive 15%.
- Dentro de las variables de gestión interna, el diseño organizativo se considera un factor clave en la etapa de crecimiento/madurez para garantizar la eficiencia de los procesos.
- Con respecto al marco de apoyo externo, se observa como los aspectos integrantes del mismo son igualmente importantes en todas las etapas de la evolución de la empresa, ejerciendo un efecto prácticamente constante en la consecución del éxito a lo largo de todo el ciclo de vida organizativo.
- La dimensión que alcanza valoraciones más bajas es la referente a la situación social, política y económica.

- El factor considerado más importante es la red de apoyo moral. Este apoyo moral suele provenir de tres generaciones: padre, sobre todo si también ha sido empresario, cónyuge, que debe entender la dedicación que requiere la puesta en marcha de una empresa, y los hijos, si éstos llegan a participar en la actividad empresarial.
- Contemplando la dimensión interna, la mayoría de las empresas tenía claramente delimitado desde el inicio de la actividad el nicho de mercado que constituía su objetivo, prácticamente el 90%, hecho que les permite definir el producto o servicio adecuado a las necesidades de los clientes potenciales y, por tanto, asegurar su comercialización.
- Las actividades de marketing no constituyen el principal foco de atención en el inicio del proyecto empresarial: adquieren una progresiva importancia, pero sin llegar a alcanzar valores altos. Las actividades previsión de demanda y políticas de comunicación, aunque la importancia es creciente, llegan a niveles de importancia moderada, no alta.
- Los mayores esfuerzos son desarrollados por el empresario, quien desempeña la función de relaciones públicas mediante la búsqueda continua de nuevos contactos y potenciales clientes. Muchos de ellos asisten a ferias de muestra donde además de dar a conocer sus productos, se informan sobre las últimas tendencias en su sector.
- Respecto a la financiación, no se detectan diferencias significativas en su importancia en las etapas del ciclo vital, con excepción hecha de la fase de renovación, siendo percibida, en término medio, como una cuestión no esencial para la consecución del éxito.
- Se ha comprobado cómo el capital y la reinversión de beneficios constituyen las fuentes de financiación principales, representando los proveedores y la financiación bancaria un apoyo marginal a la actividad.
- La racionalización administrativa crece a medida que transcurre el ciclo de vida de los proyectos empresariales. Existen diferencias significativas en las distintas fases de desarrollo empresarial, observando a través de las medias que la importancia de las cuatro dimensiones (objetivos y estrategias, planes,

presupuesto y control) ha ido creciendo de forma progresiva hasta alcanzar en algunas ocasiones unas valoraciones bastante altas.

- Ninguno de estos empresarios desarrolló un plan formal de viabilidad para emprender sus negocios.
- Se ha podido apreciar que las empresas gacelas han sabido impulsar y mantener su crecimiento sostenido gracias a una progresiva formalización a través de los siguientes parámetros: descentralización horizontal, delegación y tecnocratización, coordinación, normalización de resultados, procesos y comportamientos.
- Con respecto a las características del sujeto emprendedor, se comprueba que la mayoría de los empresarios entrevistados ha realizado estudios universitarios, aunque perciben tener carencias formativas, por lo que se encuentran en proceso de aprendizaje continuo, en materias tanto técnicas como de gestión.
- En cuanto al perfil psicológico de los empresarios entrevistados, se han podido detectar que presentan los rasgos tradicionalmente apuntados, excepto la necesidad de independencia que no ha sido un motivo determinante de la emergencia empresarial. (pp. 151-153).

TABLA 8. Parámetros del crecimiento sostenido de las empresas según Quintana

PARÁMETROS	CONCEPTO
Descentralización horizontal	Quintana (2001) dice: “mediante la división clara de los puestos de trabajo y la creación de departamentos formales, siendo los criterios de departamentalización más comunes el funcional y el mixto (procesos y funcional)”. (p. 153).
Delegación y tecnocratización	Quintana (2001) dice: “aunque a un ritmo lento debido a la fuerte personalidad del emprendedor, que se ha venido a denominar ‘liderazgo imperante’ (Miller, 1983; citado por Quintana 2001)”. No hay un exclusivo aumento de los niveles jerárquicos, por lo que la estructura organizativa se mantiene bastante plana. (p. 153).
Coordinación	Quintana (2001) dice: “mantenimiento de la coordinación basada en la adaptación mutua, combinada con el uso de mecanismos formales”. (p. 153).

Sigue ...

... Continúa

PARÁMETROS	CONCEPTO
Normalización de resultados, procesos	Quintana (2001) dice: “normalización de forma moderada incluso en los sectores más propensos a la estandarización como es el industrial, existiendo un alto grado de participación en la fijación de resultados, diseño de tareas, etc.” (p. 153).

Fuente: Síntesis propia a partir de Quintana (2001)

Analizando las observaciones finales, se encuentra que los factores condicionantes del éxito pueden tener valores de importancia altos, medios o bajos.

Los que sacaron valores altos. Diseño organizativo, Marco de apoyo externo, Red de apoyo moral, Nicho de mercado en dimensión interna, Empresario busca nuevos contactos y potenciales clientes, Ferias de muestra, Capital y reinversión de beneficios, Racionalización administrativa (objetivos y estrategias, planes, presupuesto y control), Crecimiento sostenido (descentralización horizontal, delegación y tecnocratización, coordinación, normalización de resultados, procesos y comportamientos), Perfil psicológico del empresario o Conjunto de actitudes y valores (Necesidades de logros, locus de control interno, la asunción de riesgos moderados y la tolerancia a la ambigüedad). Observe que acá no aparece la necesidad de independencia porque sacó valores bajos.

Los que sacaron valores medios. Actividades de marketing, Financiación en la fase de renovación, Actividades de previsión de demanda y políticas de comunicación, Formación y experiencia del emprendedor. Quintana (2001, p. 147) dice que la formación y experiencia del emprendedor, ahora es el perfil cognitivo del empresario. Y que el empresario se caracteriza por seguir una formación continua.

Los que sacaron valores bajos. Situación social, política y económica, plan formal de viabilidad, proveedores y financiación bancaria, Necesidad de independencia en el perfil psicológico del empresario.

A manera de comentario. Con respecto de los que sacaron valores bajos, la situación social, política y económica de la que habla la doctora Cristina Quintana, obedece a un macroentorno estable que se sabe conservar en España antes del fenómeno de la pandemia.

Sin embargo, la realidad problemática de la fábrica de harina de pescado en Chimbote presenta una situación postpandemia; por la cual, la situación social, política y económica amerita tomarse en consideración para el trabajo de tesis.

Mas no así, para la financiación bancaria, porque la fábrica tiene una política de reinversión de beneficios que le ha permitido desestimar la opción de financiación bancaria; pero se conserva para la opción de financiación por renovación.

También, se desestima el uso de las Redes de cooperación internacional porque la fábrica de harina de pescado no es una organización de la sociedad civil.

También, se desestima el uso de Mentores, Agentes de desarrollo local e Incubadoras, porque la empresa ya dejó atrás la fase inicial de emprendimiento hace dos décadas.

Por lo mismo, también se desestima el uso del Plan de viabilidad, del Perfil psicológico del emprendedor y, Decisión de la fórmula de creación de empresa, porque la fábrica se encuentra en la fase de madurez/renovación dada su antigüedad desde que se puso en marcha hace dos décadas.

Con respecto a la Percepción de oportunidad viable de mercado que va agrupada junta con esas tres, sí se considerará como Percepción de mercado (actividades de previsión de mercado).

Además, al ser la fábrica de harina de pescado en Chimbote, una empresa industrial, se toman en consideración dos componentes: la coordinación y, la normalización moderada de resultados y procesos que Quintana (2001) plantea en los parámetros del crecimiento sostenible (p. 153).

Dado que la fábrica ya no está en la fase de inicio con Actitudes y valores del sujeto emprendedor, pero seguirá en juego porque emerge de la propia realidad de la naturaleza de estudio en la actualidad.

A continuación, se presenta un cuadro con la mayoría de los factores condicionantes del éxito empresarial estudiados por Quintana (2001), enriquecido con aquellos parámetros del crecimiento sostenido que, en la actualidad, emergen de la realidad problemática de la naturaleza de estudio en Chimbote. Asimismo, el Ambiente socio cultural no se considerará en el trabajo de tesis, porque dicha naturaleza de estudio vista como fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en marcha hace dos décadas, ya se encuentra fuera de la fase de emprendimiento. De esta manera, la dimensión macroentorno quedará con los siguientes indicadores: Ambiente económico, Ambiente político legal y Ambiente tecnológico.

TABLA 9. Factores condicionantes del éxito en la fábrica de harina de pescado

TIPO	FACTOR	COMPONENTE	COMENTARIO
Factores Externos	Marco ambiental genérico o Macroentorno	Ambiente económico	Una Economía estable que atraiga inversiones
		Ambiente político legal	Un Estado que incentive la creación y el crecimiento sostenido de empresas
		Ambiente tecnológico	Para las mejoras de planta y producción
	Redes de soporte social	Apoyo financiero	Financiación por renovación
		Soporte profesional	Redes de impulso a las exportaciones
		Red de apoyo moral	Padre / Esposa / Hijos
Factores Internos	Factores Personales o intrínsecas al empresario	Actitudes	Necesidades de logros
			Locus de control interno
			Asunción de riesgos moderados
			Tolerancia a la ambigüedad
		Formación	Formación continua
	Experiencia	Experiencia gerencial	
	Factores Institucionales o extrínsecas al empresario	Diseño organizativo	Percepción del mercado
			Visión del empresario
			Misión de la empresa
			Objetivos según características del mercado
			Planes
			Presupuesto
			Control
			Estructura organizacional
	Coordinación	Adaptación mutua entre trabajadores	
		Mecanismos formales	
	Con Racionalización progresiva de la actividad	Resultados	Punto de equilibrio en dólares
			Ingresos en dólares
			Costo total de operación
			Precio de la harina
Procesos	Procesos	Materia prima en toneladas	
		Harina de pescado en toneladas	
		Rendimiento de la planta	
		Estado de la planta	

Fuente: Elaboración propia a partir de Quintana (2001)

3.2.2.5. DIMENSIONES DE LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL

Las dimensiones que se observan en la variable Éxito Empresarial son: (a) Macroentorno; (b) Redes de soporte social; (c) Factores personales y (d) Factores institucionales (por calidad de la gestión interna). (Quintana 2001, pp. 145-147).

En la Tabla 10 se presentan las dimensiones con sus respectivos indicadores y comentarios, tomados como referencia de Quintana.

TABLA 10. Dimensiones del Éxito Empresarial en la fábrica de harina de pescado

DIMENSIONES	INDICADORES	COMENTARIO
Macroentorno	Ambiente económico	Una Economía estable que atraiga inversiones
	Ambiente político legal	Un Estado que incentive la creación y el crecimiento sostenido de empresas
	Ambiente tecnológico	Para las mejoras e innovación
Redes de soporte social	Apoyo financiero	Financiación por renovación
	Soporte profesional	Redes de impulso a las exportaciones
	Red de apoyo moral	Padre / Esposa / Hijos
Factores Personales	Actitudes	Necesidades de logros
		Locus de control interno
		Asunción de riesgos moderados
		Tolerancia a la ambigüedad
	Formación	Formación continua
Experiencia gerencial	Experiencia gerencial	
Factores Institucionales	Diseño organizativo	Percepción del mercado
		Visión del empresario
		Misión de la empresa
		Objetivos según características del mercado
		Planes
		Presupuesto
		Control
	Coordinación	Estructura organizacional
		Adaptación mutua entre trabajadores
	Procesos y Resultados	Mecanismos formales
		Punto de equilibrio en dólares
		Ingresos en dólares
		Costo total de operación
		Precio de la harina

Fuente: Elaboración propia a partir de Quintana (2001)

(a) Dimensión Macroentorno

Quintana (2001). En su Artículo ‘Dimensiones del éxito en las empresas emprendedoras’, define a la dimensión Macroentorno, a la que llama también Marco ambiental genérico. Y dice: “Acá se agrupan los elementos que inciden en la capacidad para competir de las empresas del mercado: Ambiente económico, Ambiente sociocultural, Ambiente político-legal y, Ambiente y grado de desarrollo educativo-científico-tecnológico”. (p. 145).

Cabe recordar que, el ambiente socio cultural queda fuera del trabajo de tesis porque la naturaleza de estudio se encuentra fuera de la fase de emprendimiento.

Cuevas (2009). En su artículo sobre economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo. Dice:

“En el último libro de la Riqueza de las naciones, el Estado juega un rol doble: el de Estado policía, protector de la propiedad privada y el de Estado promotor de toda clase de actividades para el florecimiento de la riqueza nacional: las obras públicas, la educación, el marco jurídico para la buena marcha de la economía y el comercio. Aquí nuevamente, la división del trabajo se alza como el factor económico fundamental explicativo. Más todavía. En la Riqueza de las naciones, la división del trabajo aparece como división social del trabajo entre las diferentes empresas de la producción, de la circulación comercial y de circulación financiera. Éstas son las diferentes formas de la división del trabajo organizadas por el capital social” (p. 210).

Smith plantea la división del trabajo en su obra Riqueza de las naciones como división social del trabajo en empresas de producción, de circulación comercial y de circulación financiera.

(b) Dimensión Redes de Soporte Social

Quintana (2001). Dice: “Estas redes desempeñan un papel destacado en el éxito de los proyectos empresariales (Aldrich y Zimmer, 1986; Abad, Castillo y Quintana, 1999; citados por Quintana 2001). Acá los tipos de funciones que ven estas redes, se agrupan en tres apoyos: Apoyo financiero, Redes de soporte profesional y, Red de apoyo moral”. (p. 146).

Abad et al. (1999). Dicen:

Para Aldrich y Zimmer (citado por Abad et al.), la red de apoyo social es la totalidad de personas conectadas por un cierto tipo de relación, que puede ser de naturaleza familiar (role-set), o consistente en una alianza temporal para la consecución de un determinado propósito (action-set). Las redes de apoyo social se desarrollan a partir de cinco fuentes: las normas culturales, las instituciones sociales, las empresas, los grupos y los individuos. Pueden aportar cuatro tipos de apoyo: Apoyo de estima, Apoyo informativo, Compañerismo social, Apoyo instrumental (mediante la prestación de ayudas financieras, recursos materiales o los servicios que ofrece). (p. 388).

(c) Dimensión Factores Personales

Quintana (2001). Dice:

Desde una orientación endógena, es posible afirmar que las dos dimensiones básicas que el sujeto emprendedor debe presentar para desarrollar exitosamente la función empresarial serían: a) conjunto de actitudes y valores personales; algunas de éstas serán innatas y otras susceptibles de aprendizaje; y b) formación y experiencia profesional. (p. 146).

A fin de facilitar la medición de la dimensión ‘factores personales’, se separa la experiencia de la formación, quedando tres indicadores: actitudes, formación, experiencia.

OIT (2021). Dice:

Las decisiones que toma un emprendedor tienen una incidencia obvia en el desempeño y crecimiento de una empresa. Como destacan (Zhou y De Wit, 2009; citados por OIT 2021), las principales características que influyen en las decisiones del emprendedor son los rasgos de su personalidad, su motivación para crecer, sus competencias individuales y sus antecedentes personales (p. 7).

(d) Dimensión Factores Institucionales

Quintana (2001). Dice:

Las características descritas del empresario emprendedor deben plasmarse en una gestión interna de alta calidad, lo que vendrá condicionado por la habilidad para

identificar en cada etapa de desarrollo las esferas de actividad críticas para el logro de los objetivos. Desde esta perspectiva longitudinal, se suelen señalar cuatro funciones claves: percepción y explotación de una oportunidad objetiva y viable de mercado, diseño y confección de un plan de viabilidad, decisión de la fórmula de creación y ejecución; y una vez emprendido el proyecto, desarrollo de una racionalización progresiva de la actividad. (p. 147).

Cabe recordar que, ya se comentaba que la naturaleza de estudio ya se encontraba fuera de la fase de emprendimiento; por lo que en la dimensión ‘factores institucionales’ se toma en cuenta, solamente, lo correspondiente a la racionalización progresiva de la actividad.

Cuevas (2009). En su artículo sobre economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo. Dice:

La división del trabajo explica la formación del valor del producto, de la mercancía y de las rentas que corresponden a las clases sociales; también genera el crecimiento del capital y el aumento de potencia. Afirma que la división del trabajo entre la ciudad y el campo explica el desarrollo del capitalismo desde la época de los romanos. Y que el desarrollo del comercio impulsa la división del trabajo. Cierto, para Smith, la división del trabajo y la extensión del mercado desarrollan el curso natural de la riqueza (Cuevas 2009, p. 210).

Cuando Smith se pregunta por el origen de la riqueza de las naciones, plantea la división del trabajo como respuesta. Lo que nos lleva a las operaciones de la empresa.

Por eso, se pudo levantar opiniones de los trabajadores, empleados y directivos de la fábrica, pues viven en la localidad y conocen los comentarios de la comunidad y de los proveedores locales. Así se pudo medir, indirectamente, la percepción del poblador sobre la forma de trabajo de la empresa.

3.2.3. INDICADORES

“El indicador es una unidad de medida y también componente relevante de la dimensión (...) con la finalidad de conocer el nivel de comportamiento de las variables”. (Valderrama, 2013, p. 162).

A continuación, se presentan los indicadores que la idea de responsabilidad social y la idea de éxito empresarial sugerirían al personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023. Indicadores que han sido deducidos a partir de las teorías revisadas en este capítulo. En suma, constituyen un modelo piloto de responsabilidad social y éxito empresarial según el personal de una empresa pesquera.

3.2.3.1. INDICADORES DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL

DI. Dimensión ética empresarial

(a) Indicador Ética del Empresario

La ética del empresario es cuando una persona que hace empresa reflexiona y dice: bueno, ¿cómo puedo vivir mejor? ¿qué tengo que hacer? ¿imitar lo que veo a mi alrededor en el sector industrial pesquero o intentar reflexionar sobre lo que mi empresa es, sobre lo que yo quiero, sobre la comunidad en la que opera mi empresa, sobre el trabajo que comparto con mi personal, sobre la relación con mis clientes? Y a partir de ahí, encontrar los valores en los que yo quiero vivir dentro y fuera de mi actividad empresarial.

1- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del empresario?

(b) Indicador Capacitación en Ética

Los que laboramos, en general, tuvimos una forma de educar para acostumbrar a la gente a tener un razonamiento moral o un razonamiento que busque razones humanas para determinadas acciones. Por eso, hay que hacer algo para reforzar el despertar de los sentimientos morales en las personas. Consideremos que la moral es el conjunto de valores y la ética es la reflexión sobre el por qué tenemos esos valores.

2- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación en ética al personal?

(c) Indicador Ética del Personal

La ética del personal es cuando una persona que trabaja en la empresa reflexiona y dice: bueno, ¿cómo puedo vivir mejor? ¿qué tengo que hacer? ¿imitar lo que veo en mi área de trabajo o intentar reflexionar sobre lo que yo soy, sobre lo que yo quiero a favor de mi familia y la empresa, sobre la comunidad en la que opera mi empresa, sobre el trabajo que

realizo, sobre la relación con mis compañeros? Y a partir de ahí, encontrar los valores en los que yo quiero vivir, ya sea dentro o fuera del trabajo.

- 3- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del personal?

D2. Dimensión ambiente laboral

(a) Indicador Liderazgo y Beneficios Sociales

La empresa demuestra que hace algo por instruir a sus directivos sobre prácticas operativas justas anticorrupción, hace algo por los derechos humanos y laborales de su personal, garantiza que todo el personal tenga contrato sujeto a modalidad, garantiza que todo el personal reciba su pago de remuneraciones más horas extras mediante transferencias bancarias y su boleta de pago vía correos electrónicos, hace algo para atender alguna queja y/o reclamo laboral de cualquier trabajador, revisa periódicamente las nuevas leyes sociales relevantes a su actividad económica.

- 4- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere liderazgo positivo y beneficios sociales para el personal y sus familias?

(b) Indicador Control de Riesgos de Seguridad y Salud Ocupacional

La empresa demuestra que tiene un área de Seguridad y Salud Ocupacional con un responsable que administra un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional para todo el personal, las instalaciones de la oficina principal y la fábrica, y el producto terminado.

- 5- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos de seguridad?

(c) Indicador Capacitación de Seguridad y Salud Ocupacional

Las empresas necesitan hacer algo para reforzar periódicamente a su personal en temas de Seguridad y Salud Ocupacional a fin de evitar eventos indeseables que puedan generar daños a las instalaciones y a la salud del personal.

- 6- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere capacitación de seguridad al personal?

D3. Dimensión medio ambiente

(a) Indicador Jefes Competentes en Ambiente

La empresa necesita garantizar la preservación del medioambiente con **jefes de área de la fábrica de harina y aceite de pescado** que estén preparados para prevenir impactos negativos en el ambiente y la comunidad.

7- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere jefes competentes en medio ambiente?

(b) Indicador Control de Riesgos Ambientales

La empresa demuestra que tiene un área de Medio Ambiente con un responsable que administra un Sistema de Gestión de Medio Ambiente para las instalaciones de la oficina principal y la fábrica, sobre los aspectos ambientales que generen las actividades de la fábrica.

8- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos ambientales?

(c) Indicador Capacitación de Ambiente

Las empresas necesitan hacer algo para reforzar periódicamente a los jefes de área de la fábrica en temas de medio ambiente y mitigación de emisiones, a fin de evitar impactos negativos indeseables en el entorno marino y comunitario. A su vez, la empresa puede incrementar el conocimiento y la concientización de todo su personal sobre la preservación el medio ambiente.

9- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere capacitación de ambiente?

D4. Dimensión compromiso con la comunidad y marketing responsable

(a) Indicador Promoción de Objetivos Sociales

Contratación de proveedores y trabajadores locales/Promoción de programa de voluntariado ambiental con el personal/Evento especial con la Alcaldía.

10- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales?

(b) Indicador Seguridad del Producto

La seguridad del producto pide a la empresa que haga algo contra la autocombustión de la harina de pescado, y que no contenga contaminantes ni organismos patógenos ni toxinas.

11- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la auto combustión de la harina?

(c) Indicador Calidad de Embalaje

La calidad de embalaje pide a la empresa que haga algo para garantizar que la harina de pescado vaya en sacos de material que no se rompa, estampados de identificación del producto que no se borren, y sellado sin fugas del producto.

12- ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere calidad de embalaje?

3.2.3.2. INDICADORES DE LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL

D5. Dimensión Macroentorno

(a) Indicador Ambiente Económico

Que el país del fabricante tenga una economía estable que atraiga las inversiones extranjeras y nacionales.

13- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un ambiente económico en el país que atrae las inversiones?

(b) Indicador Ambiente Político Legal

Un Estado que incentive la creación y el crecimiento sostenido de empresas.

14- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente político legal en el país para la inversión y el crecimiento sostenido de las empresas?

(c) Indicador Ambiente Tecnológico

Que el país del fabricante tenga los canales nacionales e internacionales de acceso a tecnologías para realizar las mejoras continuas y/o innovaciones de la fábrica. Si queremos

asegurar la calidad de la harina y el aceite de pescado que exige el cliente, ha de realizarse mejoras continuas y/o innovaciones en la planta.

15- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente tecnológico en el país para las mejoras e innovaciones?

D6. Dimensión Redes de Soporte Social

(a) Indicador Apoyo Financiero

Que el país del fabricante tenga los canales nacionales e internacionales de acceso a capitales para la financiación de futuras renovaciones en la fábrica y/o que la empresa financie su futuro proyecto de renovación con capitales propios.

16- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere contar con apoyo financiero en el país para hacer renovaciones en su planta?

(b) Indicador Soporte Profesional

Que el país del fabricante cuente con redes de impulso a las exportaciones y a la gestión empresarial, ya sea por programas del Ministerio de la Producción y de Comercio Exterior, como de la Sociedad Nacional de Pesquería.

17- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones para vender harina de pescado en el mundo?

(c) Indicador Red de Apoyo Moral

Que el empresario tenga la oportunidad de contar con el apoyo moral de su cónyuge, sus hijos o sus padres, en el desafío de dirigir una empresa.

18- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere una red de apoyo moral de la familia del empresario, ya sea su padre, esposa o hijo?

D7. Dimensión Factores personales del empresario, por indicadores

(a) Indicador Actitudes

Que el empresario tenga práctica en locus de control interno.

19- ¿Considera usted que el éxito empresarial sugiere que un empresario demuestra decisión propia y responsabilidad de sus acciones?

(b) Indicador Formación

Que el empresario tenga una formación académica y/o un camino recorrido en la práctica de informarse continuamente sobre todo lo relacionado a su empresa.

20- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario se informa continuamente?

(c) Indicador Experiencia Gerencial

Que el empresario tenga un camino recorrido en la práctica de gerenciar una empresa.

21- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario gana experiencia gerencial continuamente?

D8. Dimensión Factores institucionales

(a) Indicador Diseño Organizativo

Que los directivos necesitan modelar unos procesos que sean lo más eficaces posible para ejecutar su estrategia empresarial y con calidad en la gestión interna de la empresa.

Percepción del mercado/Visión del empresario/Misión de la empresa/Objetivos

Planes/Presupuesto/Control/Estructura organizacional.

22- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere calidad en la gestión interna de la empresa?

(b) Indicador Coordinación

Que la empresa tenga un camino recorrido en la adaptación mutua de las personas que trabajan en la fábrica y la oficina principal, a fin de coordinar personalmente antes de formalizar acciones.

23- ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere coordinación con adaptación mutua entre trabajadores adicional a los mecanismos formales?

(c) Indicador Procesos y Resultados

Mejores serán los resultados económico-financieros cuando se tenga una planta regulada y en buen estado, con un personal que optimice las operaciones unitarias que se

realicen en los procesos normalizados de recepción de pescado, cocción, prensado, secado y ensaque de harina de pescado.

24- ¿Considera usted que el éxito empresarial puede estar dado por la cantidad de pescado procesado por tonelada de harina y que los ingresos en dólares no son menores que el punto de equilibrio en dólares y que el precio por tonelada de harina no es menor que el costo total de operación por tonelada de harina?

La ‘cantidad de pescado procesado por tonelada de harina’ se refiere al **rendimiento de la planta**. A manera de instrucción, se puede obtener a partir de la información de pesca y producción que administra la Superintendencia de Planta.

Las cantidades ‘punto de equilibrio en dólares versus ingresos en dólares’ se refiere a **la condición que se debe cumplir para afirmar que los resultados son favorables**: que el punto de equilibrio en dólares es menor que ingresos en dólares. A manera de instrucción, se pueden obtener a partir de los estados económico-financieros que administra la oficina principal.

Las cantidades ‘precio por tonelada de harina versus costo total de operación por tonelada de harina’, se refiere a **la condición que se debe cumplir para afirmar que los resultados son favorables**: que el precio por tonelada de harina no es menor que el costo total de operación por tonelada de harina. A manera de instrucción, se pueden obtener a partir de los estados económico-financieros que administra la oficina principal.

Esta pregunta es la última de las que conforman los dos cuestionarios ya validados por cuatro Expertos. Las preguntas de la 1 a la 12, para el cuestionario de la variable responsabilidad social; y las preguntas de la 13 a la 24 para el cuestionario de la variable éxito empresarial. Y que, a modo de resumen, se puede resaltar que son a razón de una pregunta por indicador y de tres indicadores por dimensión y de cuatro dimensiones por variable.

También se hizo necesario un pequeño conjunto de atributos o datos adicionales a las preguntas de cada encuesta para saber si el encuestado era directivo, empleado o trabajador; y si era de la fábrica o de la oficina principal; y si era de un área funcional u otra, aunque estos datos son de carácter meramente referencial. Para eso, se tuvieron en cuenta unas unidades cualitativas que ayudaron a codificar dichos atributos; esas unidades son seis:

muestra poblacional, área referencial, categoría del encuestado, lugar encuestado, número de encuesta y valoración de respuesta. A continuación, se las presenta en la Tabla 11.

TABLA 11. Codificación de unidades cualitativas de las encuestas aplicadas

UNIDAD CUALITATIVA	CÓDIGO	ATRIBUTO
Muestra Poblacional	1.0	Personal
Área referencial	1.0	Oficinas de Gerencia
	2.0	Administ/Finanzas/Contab. y SSOMA en Of. Ppal.
	3.0	Oficina de Flota
	4.0	Almacén de Oficina Principal
	5.0	Administración Planta y SSOMA en Fábrica
	6.0	Operadores de Planta
Categoría del encuestado	1.0	Trabajador
	2.0	Empleado
	3.0	Directivo
Lugar encuestado	1.0	Oficina Principal
	2.0	Fábrica Pesquera JADA S.A.
Número de encuesta	1...62	Único asignado a cada encuesta
Valoración de respuesta	1	Nunca
	2	Casi nunca
	3	A veces
	4	Casi siempre
	5	Siempre

Fuente: Miranda (2023).

Como se puede apreciar, son pocas, pero fueron utilísimas, a pesar de ser sólo referenciales para el trabajo de campo y todo lo demás que vino después.

3.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Acreditación. – la acreditación provee garantía, a través de la evaluación independiente por medio de un organismo de acreditación reconocido, de que los organismos de certificación responsables de llevar a cabo evaluaciones de conformidad de acuerdo con las normas son competentes para realizar dichas tareas. (JADA, 2022 d).

Ambiente laboral. – políticas y programas que promueven la integración de conceptos de responsabilidad social en el entorno interno de la empresa – e.g., tiempo libre, horarios flexibles, salud y seguridad, seguridad laboral y planes y beneficios para familias. (Correa et al., 2004).

Asociaciones Público-Privadas. – Según el artículo 29 del Reglamento del Decreto Legislativo N° 1362, las Asociaciones Público-Privadas en el Perú se constituyen como una de las modalidades de participación de la inversión privada, en la que se distribuyen de manera adecuada los riesgos del proyecto y se destinan recursos preferentemente del sector privado, para la implementación de proyectos en los que se garanticen Niveles de Servicios óptimos para los usuarios (MEF, s.f.).

Calidad. – hoy en día nadie se puede permitir el lujo de no ofrecer calidad en los bienes y servicios producidos. De otro modo los clientes acudirán a la competencia. La calidad no debe estar sólo en los productos, sino en todo el proceso productivo y en el de distribución. (V.A., 2013).

Capacidades dinámicas de la empresa. – se refiere a la capacidad de renovar competencias para lograr congruencia con el cambiante entorno de negocios (Teece et al. 1997; citado por OIT, p.16).

Captura incidental. – la captura incidental se refiere a todas las especies no objetivo que se retienen como parte de la captura. (JADA, 2022 d).

Capturas no declaradas. – son las capturas que no han sido reportadas a las autoridades pertinentes por parte de las embarcaciones o sus países, ya sea si son parte o no de la

organización de pesquerías pertinentes. Esto incluye a las capturas mal reportadas o de forma incompleta. (JADA, 2022 d).

Certificación. – la certificación es el proceso por el cual un organismo o entidad presta garantía escrita o equivalente, a través de un proceso de evaluación de acuerdo con los procesos definidos en una operación o actividad bajo consideración cumple con los estándares de certificación pertinentes. (JADA, 2022 d).

Código de conducta. – una serie de principios éticos y estándares para guiar el desempeño ambiental y social de una compañía. (Núñez, 2003).

Coordinación. – es aquel proceso administrativo organizativo en el que se establecen los mecanismos para integrar las actividades de los departamentos en forma armónica. (Arguello et al., 2020, p. 25).

Crecimiento. – es muy conveniente que las empresas reinviertan sus beneficios con tal de crecer y aumentar su participación en el mercado, con el fin de alcanzar un tamaño que permita una mejor posición en el futuro. (VA, 2013).

Diseño organizativo. – el diseño adecuado permite a las organizaciones alcanzar sus propósitos y resolver los problemas que le plantea el ambiente, vivir y trabajar armoniosamente, ser competitivos y eficientes y, a la vez, liberar la creatividad humana. (Gilli et al., 2013).

Ecoeficiencia. – es un proceso que busca agregar valor a un producto, reduciendo el uso de recursos, los desechos y la contaminación. Es un enfoque que promueve el crecimiento económico y la ventaja competitiva mejorando la responsabilidad ambiental. (Correa et al., 2004).

Empresas gacela. – son empresas de alto crecimiento relativamente jóvenes y pequeños especialmente importantes para la creación neta de empleo y la riqueza económica de una región (Henrekson y Johansson 2010; citado por OIT, p.5).

Ética empresarial. – integración de valores en la visión, misión y principios de una empresa. (Correa et al., 2004).

Entorno. – las empresas no tendrían razón de ser si no hubiera una relación con los clientes o con los proveedores que les suministran las materias primas. También están afectadas por la competencia, las leyes que dicte el gobierno sobre el pago de impuestos, el respeto al medio ambiente... En definitiva, no se puede entender la empresa sin tener en cuenta su entorno. (VA, 2013).

GRI. – “Global Reporting Initiative [...] vincula a un amplio espectro de públicos interesados y proporciona un marco común para reportar los efectos sociales, ambientales y económicos de una empresa [...] una guía para el Reporte de Sostenibilidad”. (Correa et al., 2001, p. 57).

Máximo beneficio. – es la diferencia entre los ingresos y los gastos. Es el objetivo más importante, pues de ello depende la supervivencia de la empresa. Muchos de los objetivos conducen antes o después a un incremento en los beneficios empresariales. (VA, 2013).

Misión. – propósito último que mueve a la empresa, su razón de ser. Se puede entender como una filosofía empresarial. Por ejemplo, la misión de una empresa como Mercedes Benz puede ser fabricar vehículos de máxima calidad que satisfagan las necesidades de los clientes más exigentes. (VA, 2013).

Objetivos sociales. – cada vez está más claro que las empresas no pueden limitarse a los objetivos puramente económicos, sino que deben tener en cuenta aspectos como el respeto al medio ambiente o el aseguramiento de un nivel de vida digno para los trabajadores. (VA, 2013).

Obras por impuestos. – la Ley 29230, denominada “Ley de Obras por Impuestos”, es una modalidad de inversión pública con participación de la empresa privada que fomenta la ejecución rápida y eficiente de proyectos adelantando el desarrollo y mejorando la calidad de vida de más peruanos (ProInversión, s.f.).

Políticas. – líneas de acción mediante las cuales la empresa define su identidad. Por ejemplo, la política de igualdad de oportunidades. Los trabajadores saben que la promoción será fruto de su trabajo, y no habrá favores personales. (VA, 2013).

Proceso productivo. – procedimiento mediante el cual las empresas transforman entradas o inputs (materias primas, trabajo, capital...) en salidas o outputs (bienes o servicios) usando la tecnología adecuada y gracias a la labor organizativa del empresario. (VA, 2013).

Pesca ilegal. – pesca que es llevada a cabo por embarcaciones de países que son parte de una organización de industrias pesqueras pero que su funcionamiento incurre en una violación de las normas de dicha pesquería, u operan en las aguas de otros países sin permisos, o a mar abierto sin mostrar una bandera u otras marcas. (JADA, 2022 d).

Pesca no reglamentada. – es normalmente realizada por las embarcaciones con bandera de países que no forman parte o no son candidatos de las organizaciones de pesquerías pertinentes y, por lo tanto, se consideran como que no están obligadas a respetar las normas de dicha pesquería. (JADA, 2022 d).

RSC. – es el acrónimo de Responsabilidad Social Corporativa

RSE. – es el acrónimo de Responsabilidad Social Empresarial

RSE-RE. – Responsabilidad Social Empresarial – Resultado Empresarial.

Supervivencia. – en ocasiones la situación es tan delicada que la empresa sólo puede aspirar a mantenerse y esperar a que cambien los tiempos. Es lo que sucede en un período de crisis. (V.A., 2013).

Tecnoestructura. – grupo de personas en una empresa que se encarga de realizar los procesos de normalización de la producción. (MHE, s.f.).

Valores. – cualidades que están presentes en la empresa y que influyen en el comportamiento de todos sus miembros. De hecho, cada vez es más común que se incorporen valores éticos en los negocios. (VA, 2013).

WBCSD. - World Business Council for Sustainable Development. Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible. Es una coalición de 165 compañías multinacionales comprometidas con la promoción del desarrollo sostenible, entendido como el liderazgo de negocios por medio de éxito financiero, manejo ambiental y responsabilidad social. (Correa et al., 2004).

CAPÍTULO IV: HIPÓTESIS Y VARIABLES

4.1. HIPÓTESIS GENERAL

HG: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Hi: Existe relación significativa de la dimensión ética empresarial de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Hi: Existe relación significativa de la dimensión ambiente laboral de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

- Hi: Existe relación significativa de la dimensión medio ambiente de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.
- Hi: Existe relación significativa de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.
- Hi: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión macroentorno de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.
- Hi: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión redes de soporte social de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.
- Hi: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión factores personales de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.
- Hi: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión factores institucionales de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

4.3. DEFINICIONES CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

4.3.1. PRIMERA VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Definición conceptual

La responsabilidad social o responsabilidad social empresarial, llamada también responsabilidad social corporativa, se entiende como el conjunto de prácticas

empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los trabajadores, la comunidad y el ambiente. (PWBLF; citado por Correa 2004, p. 16).

Definición operacional

La responsabilidad social empresarial se observa como una idea voluntaria que fluye en el empresario y sus colaboradores, en los espacios de oficina y de producción, en las actividades. La observación de la responsabilidad social se opera a través de cuatro dimensiones:

(a) Ética empresarial; (b) Ambiente laboral; (c) Medio ambiente; (d) Compromiso con la comunidad y marketing responsable. (Correa 2004, p.23).

4.3.2. SEGUNDA VARIABLE: ÉXITO EMPRESARIAL

Definición conceptual

El éxito empresarial se entiende como aquella situación en la que se cumplen las expectativas de la empresa. “Las empresas tendrán éxito, si logran de manera continuada, aquello que pretenden conseguir.” (Quintana 2001, p. 144).

Definición operacional

El éxito empresarial se observa como un estado de aceptación que el empresario, sus colaboradores y el entorno tienen sobre los resultados generados por la actividad industrial desarrollada en el tiempo. La observación de la variable éxito empresarial se opera a través de cuatro dimensiones:

(a) Macroentorno; (b) Redes de soporte social; (c) Factores personales; (d) Factores institucionales. (Quintana 2001, pp. 145-147).

A continuación, se presenta el cuadro de operacionalización de variables -Responsabilidad Social y Éxito Empresarial.

4.4. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TABLA 12. Operacionalización de variables: Responsabilidad Social y Éxito Empresarial

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	ESCALA DE MEDICIÓN
V1 Responsabilidad Social	D1 Ética empresarial	Ética del empresario	1	Ordinal N= Nunca CN= Casi Nunca AV= A Veces CS= Casi Siempre S= Siempre
		Capacitación en ética	2	
		Ética del personal	3	
	D2 Ambiente laboral	Liderazgo y beneficios sociales	4	
		Control de riesgos de seguridad	5	
		Capacitación de seguridad	6	
	D3 Medioambiente	Jefes competentes en ambiente	7	
		Control de riesgos ambientales	8	
		Capacitación de ambiente	9	
	D4 Compromiso con la comunidad y marketing responsable	Promoción de objetivos sociales	10	
		Seguridad del producto	11	
		Calidad del embalaje	12	
V2 Éxito Empresarial	D5 Macroentorno	Ambiente económico	13	
		Ambiente político legal	14	
		Ambiente tecnológico	15	
	D6 Redes de soporte social	Apoyo financiero	16	
		Soporte profesional	17	
		Red de apoyo moral	18	
	D7 Factores personales	Actitudes	19	
		Formación	20	
		Experiencia gerencial	21	
	D8 Factores institucionales	Diseño organizativo/ calidad en gestión	22	
		Coordinación	23	
		Procesos y resultados	24	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Se empleó el enfoque cuantitativo.

“El enfoque cuantitativo es aquel paradigma de la investigación que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, 2006, p. 5).

5.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

5.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se realizó una investigación de tipo Básica.

“La investigación Básica es aquella que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues sólo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad” (Carrasco, 2008, p. 43).

5.2.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Se efectuó una investigación de nivel descriptivo correlacional.

“La investigación descriptiva responde a las preguntas: ¿cómo son?, ¿dónde están?, ¿cuántos son? etc.; es decir, nos dice y refiere sobre las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo histórico concreto y determinado” (Carrasco, 2008, p.41).

Y fue correlacional, porque se relacionó la variable responsabilidad social con la variable éxito empresarial.

5.3. MÉTODOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

5.3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Se empleó una investigación con método hipotético deductivo.

A partir de la observación de casos particulares se puede plantear un problema, el cual puede remitir a una teoría a través de un proceso de inducción. Partiendo del marco teórico se formula una hipótesis mediante un razonamiento deductivo que; luego, esta se intenta validar empíricamente.

El ciclo completo inducción/deducción es lo que se conoce como el proceso hipotético-deductivo (p.62).

(Bisquerra 1998; citado por Valderrama 2013, p. 97).

Se empleó una investigación con método estadístico.

Valderrama (2013) escribe sobre el método estadístico: Este método trabaja a partir de datos numéricos, y obtiene resultados mediante determinadas reglas y operaciones. Comprende los pasos siguientes:

Etapa inicial. Fue la etapa de recolección de los datos referidos a la situación que se deseó investigar.

Tabulación y agrupamiento de datos. En esta fase, los datos se ordenaron, clasificaron y tabularon, es decir, se fijaron en tablas que facilitaron su lectura y manejo posterior.

Medición de datos. En esta etapa comenzó la elaboración matemática y la medición de los datos.

Inferencia estadística. En este cuarto momento, la teoría de la probabilidad se hizo presente. Se pueden deducir las leyes de inferencia que permiten predecir el comportamiento futuro de la población investigada. (p. 98).

5.3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Fue una investigación con diseño no experimental.

“La investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido” (Hernández et al., 2016, p. 153).

Con este diseño de investigación, el trabajo de tesis solo analizó los fenómenos observados en su ambiente natural.

Así mismo, es de corte transversal ya que se utilizó para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado de tiempo (Carrasco, 2008, p.72).

5.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

5.4.1. POBLACIÓN

“Población o universo. Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones ... Los criterios que cada investigador cumpla dependen de sus objetivos de estudio, y es importante establecerlos de manera muy específica” (Hernández et al., p. 174-175).

Como se decía, la naturaleza de estudio fue la fábrica Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal, tienen una población de setenta y cuatro (74) personas. Este número se precisó con los números de personas por área que facilitaron la señora Administradora General de la Oficina Principal y el señor Superintendente de Planta.

5.4.2. MUESTRA

“Es un subconjunto representativo de un universo o población. Es representativo, porque refleja fielmente las características de la población cuando se aplica la técnica adecuada de muestreo de la cual procede; difiere de ella sólo en el número de

unidades incluidas y es adecuada, ya que se debe incluir un número óptimo y mínimo de unidades; este número se determina mediante el empleo de procedimientos diversos, para cometer un error de muestreo dado al estimar las características poblacionales más relevantes.” (Valderrama, 2013, p. 184).

Diseño muestral. La muestra es **probabilística** con noventa y cinco por ciento de nivel de confianza y cinco por ciento de nivel de error.

Según Ñaupas et al. (2013, p.207), el cálculo del tamaño de la muestra se hizo con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot pq}$$

Donde,

n= tamaño muestral

Z= nivel de confianza para 95%, Z = 1,96 (Ñaupas, p. 444)

p= probabilidad de éxito 50% = 0,5

q= probabilidad de fracaso (1-p) = 1 – 0,5 = 0,5

E= nivel de error 5% = 0,05

N= 74 tamaño poblacional

Reemplazando en la fórmula

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)(74)}{0,05^2(74-1)+1,96^2(0,5)(0,5)} = 62,18$$

Por lo tanto, el tamaño muestral para la encuesta fue de 62 sujetos, con el que se realizó inferencia estadística al probar hipótesis.

5.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

5.5.1. TÉCNICAS

Valderrama (2013) cita a Hernández (2010), dice:

Las técnicas de recolección de datos son las diferentes formas o maneras de obtener la información ... son encuestas.

Encuestas. Cuestionarios para medir niveles de conocimientos y escalas de actitudes. (p. 194).

En la investigación, la técnica que se utilizó fue la encuesta para las variables responsabilidad social y éxito empresarial, con sus dimensiones e indicadores respectivos. Por eso, el enfoque de investigación elegido fue el cuantitativo para responder al problema de determinar cuál era el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según una muestra probabilística del personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

5.5.2. INSTRUMENTOS

Valderrama (2013) dice:

Los instrumentos son los medios materiales que emplea el investigador para recoger y almacenar la información. Pueden ser formularios, pruebas de conocimientos o escalas de actitudes, como Likert, semántico y de Guttman; también pueden ser listas de chequeo, inventarios, cuadernos de campo, fichas de datos para seguridad (FDS), etc. Por lo tanto, se deben seleccionar coherentemente los instrumentos que se utilizarán en la variable independiente y en la dependiente. (p. 195).

En el trabajo de tesis, los instrumentos que se utilizaron fueron dos cuestionarios de encuesta. El primero, para la variable Responsabilidad Social; el segundo, para la variable Éxito Empresarial. Con sus dimensiones e indicadores respectivos.

5.5.3. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Validez del instrumento de investigación

Carrasco (2006) comentó:

“La validez del instrumento de investigación mide con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir de la variable o variables en

estudio (...) un instrumento es válido cuando mide lo que debe medir, es decir, cuando nos permite extraer datos que preconcebidamente necesitamos conocer”. (p. 336).

El resultado final de la validez de instrumentos fue 90,0 %

Experto	Instrumentos		
	1	2	Promedio %
Dr. Lovera Bernaola	88,0	91,0	89,5
Dr. Miranda Chávez	85,0	85,0	85,0
Dr. Solís Céspedes	88,0	88,0	88,0
Dr. Ramírez Julca	99,0	96,0	97,5
Resultado final			90,0 %

Como ya se sabe, los instrumentos de investigación fueron dos:

Instrumento 1 - Cuestionario de responsabilidad social e,

Instrumento 2 - Cuestionario de éxito empresarial.

Fueron validados por el juicio de cuatro doctores expertos registrados en SUNEDU.

El Dr. Denny Rolando Lovera Bernaola. Con ORCID N° 0000-0003-4040-7537 valoró el primer instrumento con 88,0 % y el segundo con 91,0 %, dando un promedio de 89,5 % y con opinión “aplicable”.

El Dr. Alcibiades Helí Miranda Chávez. Con ORCID N° 0000-0002-5549-5894 valoró el primer instrumento con 85% y el segundo con 85% dando un promedio de 85,5% y con opinión “cuenta con aplicabilidad”.

El Dr. Pedro Aníbal Solís Céspedes. Con ORCID N° 0000-0003-4040-753 valoró el primer instrumento con 88% y el segundo con 88%, dando un promedio de 88,0% y con opinión “permite su aplicabilidad”.

El Dr. Máximo Ramírez Julca. Con ORCID N° 0000-0002-6879-0577 valoró el primer instrumento con 99% y el segundo con 96%, dando un promedio de 97,5% y con opinión “aplicable”.

Confiabilidad del instrumento de investigación

Carrasco, 2006, comentó:

“La confiabilidad es la cualidad o propiedad de un instrumento de medición, que le permite obtener los mismos resultados, al aplicarse una o más veces a la misma persona o grupos de personas en diferentes periodos de tiempo” (p. 339).

La valoración de confiabilidad con el Alfa de Cronbach se da por intervalos de resultado, siendo **Excelente** si el resultado cae en el intervalo $<0.9, 1.0]$; **Bueno** si cae en $[0.8, 0.9>$; **Aceptable** si cae en $[0.7, 0.8>$; **Débil** si cae en $[0.6, 0.7>$; **Pobre** si cae en $[0.5, 0.6>$; **Inaceptable** si cae en $[0.0, 0.5>$.

En la etapa del plan de tesis, se realizó una prueba piloto en 14 sujetos, en las preguntas de las variables Responsabilidad Social y Éxito Empresarial, a fin de contar con unos resultados de confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos por el Alfa de Cronbach usando el SPSS.

Confiabilidad del instrumento en las preguntas de Responsabilidad Social

Resumen del procesamiento de los casos

Casos		N	%
	Válidos	14	100,0
	Total	14	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,902	12

Conclusión. Según la prueba de Alfa de Cronbach para la variable Responsabilidad Social: 0,902 nos indica una excelente fiabilidad, por lo que el instrumento fue aplicado en la investigación.

Confiabilidad del instrumento en las preguntas de Éxito Empresarial

Resumen del procesamiento de los casos

Casos		N	%
	Válidos	14	100,0
	Total	14	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,824	12

Conclusión. Según la prueba de Alfa de Cronbach para la variable Éxito Empresarial: 0,824 nos indica una buena fiabilidad, por lo que el instrumento fue aplicado en la investigación.

Ahora con ambas variables.

Confiabilidad del instrumento en las preguntas de ambas variables Responsabilidad Social y Éxito Empresarial

Resumen del procesamiento de los casos

Casos		N	%
	Válidos	14	100,0
	Total	14	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,929	24

Conclusión. Según la prueba de Alfa de Cronbach para ambas variables: 0,929 nos indica una excelente fiabilidad, por lo que los instrumentos fueron aplicados en la investigación.

5.5.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

“Luego de la aplicación de las encuestas, tendremos un conjunto de datos listos para ser procesados” (Valderrama 2013, p.229).

Procesamiento de datos

Las técnicas de procesamiento que se utilizaron en el trabajo de tesis son:

- Codificación. – Plantea la codificación de unas unidades cualitativas que sirven de referencia de las encuestas.
- Consistenciación de datos. - Depura los datos innecesarios o falsos proporcionados por algunos encuestados.
- Clasificación de la información. - Agrupa datos a través de la famosa distribución de frecuencias –de la estadística descriptiva- según las variables responsabilidad social y éxito empresarial.
- Tabulación de datos. - Se anota el número de repeticiones en cada uno de los intervalos de clase –según las dimensiones e indicadores- hasta completar el total de la muestra.

Gracias a estas técnicas de procesamiento, se tuvo una base de datos para ambas variables, con información lista para su análisis.

Análisis de datos

“Una vez se cuente con la base de datos bien estructurada para las variables responsabilidad social y éxito empresarial, se procederá a analizar la información a fin de responder al problema planteado, contrastar la hipótesis y alcanzar una conclusión (...) se tiene que utilizar un programa de análisis: Excel, SPSS, etc.” (Valderrama 2013, pp. 229-230).

Como el enfoque es cuantitativo, los análisis de datos que se realizaron en el trabajo de tesis son:

- Análisis descriptivo. - con medidas de tendencia central, de variabilidad y asimetría.

- Análisis inferencial. – se empleó el Rho de Spearman para la prueba de hipótesis.

5.5.5. ÉTICA EN LA INVESTIGACIÓN

El artículo 6° del Código de Bioética y Ética para la Investigación de la Universidad Alas Peruanas del 16 de junio del 2022, detalla cinco principios de integridad científica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica -CONCYTEC. Son: (1) la integridad en todas las actividades de la investigación científica; (2) la honestidad intelectual en todos los aspectos de la investigación científica; (3) la objetividad e imparcialidad en las relaciones laborales investigativas; (4) la responsabilidad, justicia y veracidad en la ejecución y difusión de la investigación científica; y (5) la transparencia actuando sin conflicto de interés, declarando y manejando el conflicto, sea este económico o de otra índole.

Y el artículo 3° del mismo Código señala cinco principios éticos de la investigación científica en la Universidad Alas Peruanas. Son: (1) el bien común que es un objetivo de la investigación científica hacia la sociedad; (2) la honestidad en el investigador que demuestra fidelidad de los datos generados en su investigación y que no vulnera el derecho de autoría; (3) la solidaridad del investigador que coopera con otros investigadores; (4) la responsabilidad del investigador en la investigación realizada y en la difusión de sus resultados; (5) y la justicia que el investigador practica al reconocer y evidenciar el aporte de cada uno de los participantes en las investigaciones.

El artículo 5° del Reglamento del Comité de Ética para la Investigación de la Universidad Alas Peruanas de Junio 2019, describe ocho principios éticos de la UNESCO para la investigación. Son: (1) la honestidad del investigador que garantiza la fidelidad de los datos generados; (2) la buena fe que no vulnera los derechos sobre la propiedad intelectual de terceros; (3) la libertad y responsabilidad de los creadores que los hace responsables de sus opiniones; (4) el bien común que persigue la investigación para mejorar el bienestar de la sociedad; (5) el cuidado de la vida, medio ambiente, y respeto de la biodiversidad que preserve la vida en general; (6) la difusión

del conocimiento de todo fruto de investigación científica o tecnológica que no sea marca o patente; (7) la revisión independiente que asegure la calidad de la investigación; y (8) la transparencia que preserve la objetividad del trabajo de investigación declarando los potenciales conflictos de interés que pudieran existir.

El artículo 33° del mismo reglamento describe ocho normas de conducta del docente investigador, del docente con actividades de investigación y del tesista.

Son: (1) Promover y desarrollar actividades de investigación ... que incrementen el conocimiento universal y el bienestar de la sociedad; (2) Utilizar adecuadamente los fondos otorgados para la investigación; (3) Respetar las normas institucionales y gubernamentales que regulen la investigación y velar por la protección de la vida en general; (4) Informar los resultados de su investigación a la comunidad científica; (5) Compartir sus resultados con los investigadores de su universidad y su red de colaboración; (6) Respetar la propiedad intelectual; (7) Guardar confidencialidad de los documentos y solicitudes de financiamiento de los investigadores; y (8) que el investigador debe dar a conocer los conflictos de interés de su trabajo de investigación.

Siguiendo con la ética en la investigación, se puede hacer una analogía de pensamiento desde la perspectiva de Aristóteles que decía: “Y así como en los Juegos Olímpicos no son los más hermosos ni los más fuertes los que son coronados, sino los que compiten (pues algunos de éstos vencen), así también en la vida los que actúan rectamente alcanzan las cosas buenas y hermosas; y la vida de éstos es por sí misma agradable” (Pallí, p. 144-145).

Así es la Ética, única. Y cada investigador hace su propio camino. Conoce la realidad del tema, sigue la guía para la presentación del informe final de la tesis de la escuela de posgrado, valida sus encuestas con los juicios de expertos, cuenta con la orientación de su asesor y su escuela de posgrado, desarrolla su trabajo, aplica correctamente las normas APA, procura el servicio de especialistas, administra las actividades y los recursos para llevar a cabo su trabajo de tesis.

Y al ver el fruto de su trabajo puesto a disposición de la comunidad universitaria y empresarial, la victoria será de todos, pero también suya, porque siendo candidato a un grado académico, se pregunta cómo vivir mejor su trabajo de investigación y cómo ser uno mismo de manera libre a fin de alcanzar las cosas buenas y hermosas.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

La administración informó que el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal cuenta setenta y cuatro personas. Se consideró a personal directivo, empleado y trabajador.

Las cuales se encuentran en áreas referenciales como Gerencia, Administración, Finanzas, Contabilidad, SSOMA, Flota y Almacén en la oficina principal; como también Administración Planta, SSOMA y Operadores de Planta en la fábrica.

6.1.1. MUESTRA CON EL CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Se calculó una muestra poblacional de 62 sujetos con un 95% de confianza y 5% de error. Por favor, revise detalles en la sección 5.4.2. del Capítulo V.

Ahora se pasa a analizar la Tabla 13 sobre población y muestra del personal según la categoría del encuestado para el cuestionario de responsabilidad social, la que se encuentra en la página siguiente.

Si se considera la columna de población, los directivos son cinco y los empleados son cuarenta y cinco; mientras que los trabajadores son veinte y cuatro. Que se incrementarían en 29 trabajadores más por contrato con terceros en temporada de producción plena. Pero que no se consideraron en este trabajo de tesis porque no son trabajadores fijos, vale decir, no laboran en temporadas de veda. De manera que solamente se computan 24 trabajadores en la población del personal.

Si se considera la columna de muestra poblacional, se tienen cinco directivos, treinta y siete empleados y veinte trabajadores.

Si la cantidad global de trabajadores pareciera mucho menor que la de empleados más directivos, debería decir que se están excluyendo trabajadores que están en otras empresas que se encuentran al amparo del Grupo pero que no son del mismo giro que la fábrica Pesquera JADA S.A.

Respecto a la cantidad de empleados, cabe aclarar que en la oficina principal existen las áreas de administración, finanzas y contabilidad que respaldan, simultáneamente, tanto a la fábrica como a las demás empresas del Grupo. A su vez, existe una unidad administrativa en la fábrica que, por su especialización técnica, coordina y alimenta con información a las áreas mencionadas de la oficina principal.

TABLA 13. Población y muestra según categoría del encuestado para el cuestionario de responsabilidad social RS

PERSONAL	POBLACIÓN		MUESTRA	
	Conteo	Suma	Conteo	Suma
3. Directivos				
Administrador del Grupo, Gerente General, Gerente de Operaciones,	--	5	--	5
Superintendente de Flota y Superintendente de Planta				
2. Empleados				
de Gerencia de la Oficina Principal	1	45	1	37
de Administración/Contabilidad/Finanzas de la Oficina Principal	19		17	
de Flota de la Oficina Principal	3		3	
de Almacén de la Oficina Principal	3		1	
de Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de la Oficina Ppal.	3		1	
de Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de la Fábrica	2		1	
de Administración en la Fábrica, incluidos los del Laboratorio de Calidad	14		13	

Sigue ...

... Continúa

1. Trabajadores				
de la Fábrica, generalmente Operadores de Planta	--	24	--	20
TOTAL		74		62

Fuente: Miranda (2023). Encuesta de responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.

Entonces, teniendo una muestra de 62 sujetos, con tres categorías de personal encuestado, se ejecutó el análisis de estadísticos descriptivos con SPSS sobre esas categorías y se obtuvo la Tabla 14 sobre distribución de frecuencias del personal según categoría del encuestado RS y su correspondiente diagrama de sectores con 62 válidos, tal como se aprecia a continuación.

TABLA 14. Distribución de frecuencias según categoría de encuestado para el cuestionario de responsabilidad social RS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Trabajador	20	32,3	32,3	32,3
Empleado	37	59,7	59,7	91,9
Directivo	5	8,1	8,1	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta de responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.

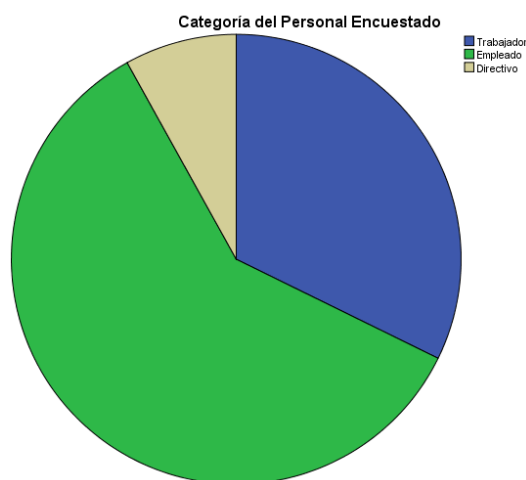


FIGURA 1. Composición de categoría de encuestado para el cuestionario de responsabilidad social RS

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.

Otra perspectiva de presentación de población y muestra del personal mencionado, estaría basada en la necesidad de conocerla según el lugar encuestado; porque la fábrica y la oficina principal se hallan en distintos puntos geográficos de la zona industrial Gran Trapecio de Chimbote. Las direcciones se pueden ver en la sección 1.2.1. del Capítulo I.

TABLA 15. Población y muestra según lugar encuestado para el cuestionario de responsabilidad social RS

PERSONAL	POBLACIÓN		MUESTRA	
	Conteo	Suma	Conteo	Suma
1. Oficina Principal				
Directivos	4	33	4	27
Oficinas de Gerencia	1		1	
Oficinas de Administración/Contabilidad/Finanzas en la Of. Ppal.	19		17	
Oficina de Flota	3		3	
Almacén de la Oficina Principal	3		1	
Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de Of. Ppal.	3		1	
2. Fábrica Pesquera JADA				
Directivo	1	41	1	35
Administración en la Fábrica, incluido el Laboratorio de Calidad	14		13	
Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de la Fábrica	2		1	
Operadores de Planta (trabajadores en general)	24		20	
TOTAL		74		62

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.

Prestando atención a las poblaciones en ambos lugares, se observa que la fábrica cuenta con mayor número de sujetos que la oficina principal. Con 41 en la fábrica y 33 en la oficina principal.

Las muestras de ambos lugares dan un total de sesenta y dos sujetos. Vale decir, 27 personas de la oficina principal más 35 de la fábrica dan 62, incluidos los trabajadores.

Y es a todos éstos a quienes se pasó la encuesta con el cuestionario de responsabilidad social porque están asociados a la integración ética-personal-medio ambiente-comunidad.

Entonces, teniendo una muestra de 62 sujetos, con dos lugares de encuesta, se ejecutó otro análisis de estadísticos descriptivos con SPSS, ahora sobre esos lugares, obteniéndose la Tabla 16 sobre distribución de frecuencias de personal según el lugar encuestado para el

cuestionario de responsabilidad social y su correspondiente diagrama de sectores con 62 válidos, tal como se aprecia a continuación.

TABLA 16. Distribución de frecuencias según lugar encuestado para el cuestionario de responsabilidad social RS

Lugar encuestado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Oficina Principal	28	45,2	45,2	45,2
Fábrica Pesquera JADA S.A.	34	54,8	54,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.



FIGURA 2. Composición de lugar encuestado para el cuestionario de responsabilidad social RS

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.

6.1.2. MUESTRA CON EL CUESTIONARIO DE ÉXITO EMPRESARIAL

TABLA 17. Población y muestra según categoría del encuestado para el cuestionario de éxito empresarial EE

PERSONAL	POBLACIÓN		MUESTRA	
	Conteo	Suma	Conteo	Suma
3. Directivos				
Administrador del Grupo, Gerente General, Gerente de Operaciones,	--	5	--	5
Superintendente de Flota y Superintendente de Planta				

Sigue ...

... Continúa

PERSONAL	POBLACIÓN		MUESTRA	
	Conteo	Suma	Conteo	Suma
2. Empleados				
de Gerencia de la Oficina Principal	1	45	1	37
de Administración/Contabilidad/Finanzas de la Oficina Principal	19		17	
de Flota de la Oficina Principal	3		3	
de Almacén de la Oficina Principal	3		1	
de Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de la Oficina Ppal.	3		1	
de Seguridad, Salud Ocupacional y Medio Ambiente de la Fábrica	2		1	
de Administración en la Fábrica, incluidos los del Laboratorio de Calidad	14		13	
1. Trabajadores				
de la Fábrica, generalmente Operadores de Planta	--	0	--	0
TOTAL		50		42

Fuente: Miranda (2023). Encuesta de responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre de 2023.

La encuesta se pasó en una muestra de cuarenta y dos sujetos. En la Tabla 18 sobre población y muestra del personal según categoría del encuestado para el cuestionario de éxito empresarial, se tiene 5 directivos más 37 empleados que dan 42; los que están asociados al gobierno y/o gestión empresarial.

TABLA 18. Distribución de frecuencias según categoría del encuestado para el cuestionario de éxito empresarial EE

Categoría del encuestado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Empleado	37	88,1	88,1	88,1
Directivo	5	11,9	11,9	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

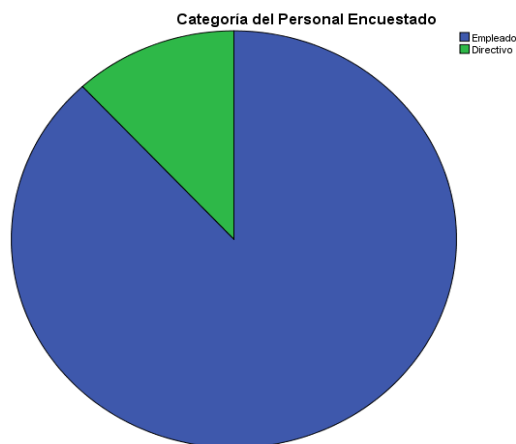


FIGURA 3. Composición de categoría del encuestado para el cuestionario de éxito empresarial EE

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

TABLA 19. Distribución de frecuencias según lugar encuestado para el cuestionario de éxito empresarial EE

Lugar encuestado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Oficina Principal	28	66,7	66,7	66,7
Fábrica Pesquera JADA	14	33,3	33,3	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

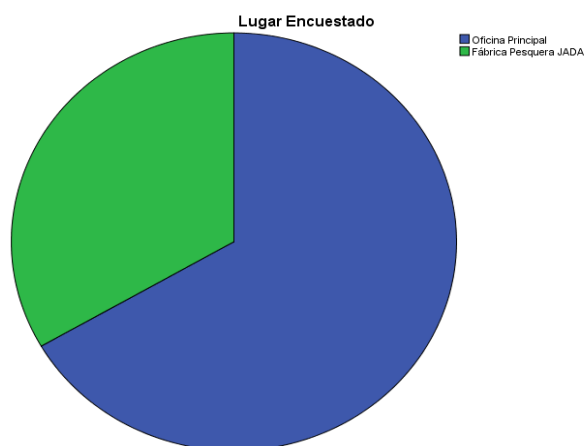


FIGURA 4. Composición de lugar encuestado para el cuestionario de éxito empresarial EE

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

6.1.3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Se obtuvieron un conjunto de datos estructurados con las variables responsabilidad social y éxito empresarial que, dicho sea de paso, pasaron por: (a) codificación de referencias; (b) consistenciación contra falsos o innecesarios; (c) clasificación según variables, dimensiones e indicadores; (d) tabulación de conteos hasta completar el total de la muestra poblacional y; (e) verificación de la tabulación de conteos.

6.1.3.1. ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

A continuación, se presenta la estructura de la base de datos en la Tabla 20, para la encuesta dirigida a 62 personas con el cuestionario de responsabilidad social.

TABLA 20. Estructura de campos para el cuestionario de responsabilidad social RS

CATEGORÍA DEL ENCUESTADO	LUGAR ENCUESTADO	ÁREA REFERENCIAL	NÚMERO DE ENCUESTADO	RESPUESTAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (V1)											
				D1			D2			D3			D4		
CE	LU	AR	NU	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Con este cuestionario de responsabilidad social se registraron sesenta y dos filas de datos. Porque son 5 directivos más 37 empleados más 20 trabajadores, que suman 62 sujetos; es decir, 62 filas.

A fin de verificar eso, por favor véase la Tabla 14 de población y muestra según la categoría del encuestado para el cuestionario de responsabilidad social.

En la página que sigue a continuación, está la Tabla 21 sobre los datos recogidos con la encuesta de responsabilidad social en 62 personas.

TABLA 21. Datos recogidos con encuesta de responsabilidad social en 62 personas

AR	NU	V1	D1	P1	P2	P3	D2	P4	P5	P6	D3	P7	P8	P9	D4	P10	P11	P12	
CE: DIRECTIVO				LU: OF. PRINCIPAL															
Gerencia	1	56	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	2	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	3	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	4	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	5	56	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	
CE: EMPLEADO				LU: OF. PRINCIPAL															
Gerencia	6	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	7	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	8	48	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	9	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	A veces	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	10	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	11	55	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	12	52	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	
Ad/Fi/Co y SS	13	49	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	14	49	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	10	A veces	A veces	Casi Siempre	12	A veces	Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	15	51	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	16	48	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	12	Casi Siempre	A veces	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	17	47	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	11	Siempre	A veces	A veces	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	
Ad/Fi/Co y SS	18	49	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	9	A veces	A veces	A veces	14	Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	19	47	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	10	A veces	Casi Siempre	A veces	
Ad/Fi/Co y SS	20	51	13	Siempre	A veces	Siempre	11	Siempre	A veces	A veces	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	

... Continúa																		
AR	NU	V1	D1	P1	P2	P3	D2	P4	P5	P6	D3	P7	P8	P9	D4	P10	P11	P12
Ad/Fi/Co y SS	21	47	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	9	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca
Ad/Fi/Co y SS	22	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	23	41	10	Casi Siempre	A veces	A veces	8	A veces	A veces	Casi Nunca	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	24	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Of. de Flota	25	46	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces
Of. de Flota	26	56	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre
Of. de Flota	27	45	10	A veces	Casi Siempre	A veces	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre
Almacén	28	45	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	8	A veces	A veces	Casi Nunca

CE: EMPLEADO

LU: FÁBRICA

Ad.Planta y SS	29	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	30	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	31	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	32	56	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	33	57	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	34	57	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	35	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad.Planta y SS	36	55	12	Siempre	A veces	Casi Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	37	55	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	38	55	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	39	55	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad.Planta y SS	40	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre

Sigue ...

... Continúa																		
AR	NU	V1	D1	P1	P2	P3	D2	P4	P5	P6	D3	P7	P8	P9	D4	P10	P11	P12
Ad.Planta y SS	41	53	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	42	49	10	A veces	Casi Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
CE: TRABAJADOR				LU: FÁBRICA														
Oper. Planta	43	45	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	10	A veces	A veces	Casi Siempre	10	A veces	A veces	Casi Siempre	13	Siempre	A veces	Siempre
Oper. Planta	44	56	12	Casi Siempre	A veces	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre
Oper. Planta	45	40	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	7	A veces	Casi Nunca	Casi Nunca	9	A veces	A veces	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Oper. Planta	46	47	10	Casi Siempre	A veces	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Oper. Planta	47	53	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre
Oper. Planta	48	55	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Oper. Planta	49	53	12	Casi Siempre	A veces	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Oper. Planta	50	36	3	Nunca	Nunca	Nunca	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	10	Siempre	A veces	Casi Nunca
Oper. Planta	51	49	10	Casi Siempre	A veces	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	11	A veces	A veces	Siempre
Oper. Planta	52	47	12	Casi Siempre	Siempre	A veces	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	9	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	12	Casi Nunca	Siempre	Siempre
Oper. Planta	53	44	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre
Oper. Planta	54	52	7	Nunca	Nunca	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Oper. Planta	55	44	9	Casi Nunca	Casi Nunca	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	11	Siempre	A veces	A veces	10	A veces	A veces	Siempre
Oper. Planta	56	42	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	9	Casi Nunca	Casi Siempre	A veces	10	Casi Siempre	A veces	A veces
Oper. Planta	57	46	9	A veces	A veces	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Siempre	Siempre	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre
Oper. Planta	58	51	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	7	Siempre	Nunca	Nunca
Oper. Planta	59	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Oper. Planta	60	38	9	Casi Siempre	Nunca	Casi Siempre	9	A veces	A veces	A veces	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	Casi Nunca	Casi Siempre
Sigue ...																		

... Continúa																		
AR	NU	V1	D1	P1	P2	P3	D2	P4	P5	P6	D3	P7	P8	P9	D4	P10	P11	P12
Oper. Planta	61	43	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Siempre	A veces	Siempre	7	A veces	Casi Nunca	Casi Nunca
Oper. Planta	62	58	13	A veces	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Como se habrá podido apreciar, la Tabla 21 presenta cómo se han llenado los datos obtenidos con las encuestas de responsabilidad social en 62 personas que laboran en la Fábrica Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal.

Véase que la fila de cada celda debajo del encabezado número de encuesta (NU) contiene la fila de valores respondidos en la n-ésima encuesta.

En la Tabla 21 se puede ver que en cada fila se encuentran los valores de las dimensiones D1, D2, D3 y D4 y de la variable V1; los que fueron calculados utilizando el SPSS y unas expresiones numéricas basadas en las valoraciones marcadas por los encuestados en las preguntas de la encuesta de responsabilidad social.

A continuación, se tiene la Tabla 22 donde se presentan las expresiones numéricas asignadas a las dimensiones de la variable responsabilidad social.

TABLA 22. Expresiones numéricas asignadas a las dimensiones de responsabilidad social

DIMENSIÓN	EXPRESIÓN ASIGNADA
D1: Ética empresarial	= P1 + P2 + P3
D2: Ambiente laboral	= P4 + P5 + P6
D3: Medio ambiente	= P7 + P8 + P9
D4: Compromiso con la comunidad y Marketing responsable	= P10 + P11 + P12

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Gracias a la operacionalización de variables, en la sección 4.4 del Capítulo IV, queda explicado que el valor calculado de una dimensión está en función de las valoraciones de las respectivas respuestas marcadas por el encuestado en las preguntas del cuestionario, por eso las sumatorias P_i . Donde $i=1,2, \dots, 11,12$.

A continuación, se muestra la Tabla 23 donde se presenta la expresión numérica asignada a la variable responsabilidad en función de sus dimensiones.

TABLA 23. Expresión numérica asignada a la variable responsabilidad social

VARIABLE	EXPRESIÓN ASIGNADA
V1: Responsabilidad social	= D1 + D2 + D3 + D4

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Nuevamente, gracias a la operacionalización de variables, queda explicado que los valores calculados de una variable están en función de sus dimensiones, por eso las sumatorias Di. Donde $i=1, 2, 3, 4$.

6.1.3.2. ENCUESTA DE ÉXITO EMPRESARIAL

A continuación, se presenta la estructura de la base de datos en la Tabla 24, para la encuesta dirigida al personal con el cuestionario de éxito empresarial.

TABLA 24. Estructura de campos para el cuestionario de éxito empresarial EE

CATEGORÍA DEL ENCUESTADO	LUGAR ENCUESTADO	ÁREA REFERENCIAL	NÚMERO DE ENCUESTA	RESPUESTAS DE ÉXITO EMPRESARIAL (V2)											
				D5			D6			D7			D8		
CE	LU	AR	NU	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Con el cuestionario de éxito empresarial se registraron cuarenta y dos filas de datos. Porque son 5 directivos más 37 empleados más 0 trabajadores, que suman 42 sujetos; es decir, 42 filas.

Para verificarlos, por favor vea la Tabla 18 de población y muestra según la categoría del encuestado para el cuestionario de éxito empresarial.

Y a continuación, se puede apreciar la Tabla 25 sobre los datos recogidos con la encuesta de éxito empresarial en 42 personas.

TABLA 25. Datos recogidos con encuesta de éxito empresarial en 42 personas

AR	NU	V2	D5	P13	P14	P15	D6	P16	P17	P18	D7	P19	P20	P21	D8	P22	P23	P24	
CE: DIRECTIVO				LU: OF. PRINCIPAL															
Gerencia	1	58	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	2	59	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	3	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	4	58	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Gerencia	5	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
CE: EMPLEADO				LU: OF. PRINCIPAL															
Gerencia	6	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	7	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	8	48	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	9	46	8	A veces	Casi Nunca	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	10	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	11	46	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	10	A veces	Casi Siempre	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	12	51	14	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	13	46	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	13	Siempre	Siempre	Siempre	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	14	51	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	15	52	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	16	50	10	Siempre	Casi Siempre	Nunca	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	17	48	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	13	Siempre	Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	18	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	
Ad/Fi/Co y SS	19	47	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Siempre	Casi Siempre	A veces	11	Siempre	Casi Siempre	A veces	12	Siempre	A veces	Casi Siempre	
Sigue ...																			

... Continúa																		
AR	NU	V2	D5	P13	P14	P15	D6	P16	P17	P18	D7	P19	P20	P21	D8	P22	P23	P24
Ad/Fi/Co y SS	20	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	21	40	8	A veces	Nunca	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	Casi Nunca	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	22	43	9	A veces	A veces	A veces	8	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Nunca	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	23	45	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	24	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Of. de Flota	25	51	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Of. de Flota	26	50	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Of. de Flota	27	46	13	Siempre	Siempre	A veces	7	A veces	A veces	Nunca	15	Siempre	Siempre	Siempre	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre
Almacén	28	46	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre
CE: EMPLEADO				LU: FÁBRICA														
Ad.Planta y SS	29	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	30	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	31	58	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	32	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	11	A veces	A veces	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	33	56	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre
Ad.Planta y SS	34	53	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	35	54	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	36	58	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	37	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	38	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	39	53	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre
Sigue ...																		

... Continúa																		
AR	NU	V2	D5	P13	P14	P15	D6	P16	P17	P18	D7	P19	P20	P21	D8	P22	P23	P24
Ad.Planta y SS	40	51	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	41	54	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	42	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Como se habrá podido apreciar, la Tabla 25 muestra cómo se han llenado los datos obtenidos con las encuestas de éxito empresarial en 42 personas.

Véase que en ésta ya no aparecen las filas de datos que corresponderían a los datos con trabajadores, porque tal como se consideró al inicio del diseño, no tenían el deber de trabajar en el gobierno y/o gestión de la empresa.

En la Tabla 25 también se puede apreciar que en cada fila se encuentran los valores de las dimensiones D5, D6, D7 y D8; los que fueron calculados utilizando el SPSS y unas expresiones numéricas basadas en las valoraciones marcadas por los encuestados en las preguntas de la encuesta de éxito empresarial.

A continuación, se tiene la Tabla 26 donde se presentan las expresiones numéricas asignadas a las dimensiones de la variable éxito empresarial. Con las sumatorias P_i . Donde $i=13, 14, 15, \dots, 22, 23, 24$.

TABLA 26. Expresiones numéricas asignadas a las dimensiones de éxito empresarial

DIMENSIÓN	EXPRESIÓN ASIGNADA
D5: Macroentorno	= $P_{13} + P_{14} + P_{15}$
D6: Redes de soporte social	= $P_{16} + P_{17} + P_{18}$
D7: Factores personales	= $P_{19} + P_{20} + P_{21}$
D8: Factores institucionales	= $P_{22} + P_{23} + P_{24}$

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

A continuación, se muestra la Tabla 27 donde se presenta la expresión numérica asignada a la variable éxito empresarial en función de sus dimensiones. Con sumatoria D_i . Donde $i=5, 6, 7, 8$.

TABLA 27. Expresión numérica asignada a la variable éxito empresarial

VARIABLE	EXPRESIÓN ASIGNADA
V2: Éxito empresarial	= $D_5 + D_6 + D_7 + D_8$

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

A la luz de estas bases de datos, registradas con tantas filas como tamaño tiene la muestra, podemos parafrasear a Valderrama (2013) declarando que, al finalizar el procesamiento de datos, recién estaremos aptos para entrar a la etapa de análisis de la información con el propósito de responder al problema planteado, contrastar las hipótesis y brindar unas conclusiones. (pp. 229-230).

6.1.4. ANÁLISIS DE LAS VALORACIONES

Cabe recordar que, en el diseño inicial del presente trabajo de tesis, se tuvo cada variable con cuatro dimensiones, cada dimensión con tres indicadores y cada indicador con una pregunta. En cada pregunta, el encuestado marcó una valoración: (1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre y (5) Siempre.

Así, se pudo medir cada indicador establecido en la operacionalización de variables.

6.1.4.1. VALORACIONES DE INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Fueron 62 encuestados: trabajadores, empleados y directivos.

Se procedió a realizar un análisis de frecuencias con el SPSS en base a las valoraciones marcadas por los encuestados en cada pregunta de responsabilidad social.

Pregunta P1 – Indicador Ética del Empresario

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del empresario?

TABLA 28. Distribución de frecuencias del indicador ética del empresario sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	32	51,6	51,6	51,6
Casi Siempre	18	29,0	29,0	80,6
A veces	9	14,5	14,5	95,2
Casi Nunca	1	1,6	1,6	96,8
Nunca	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P1: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del empresario?

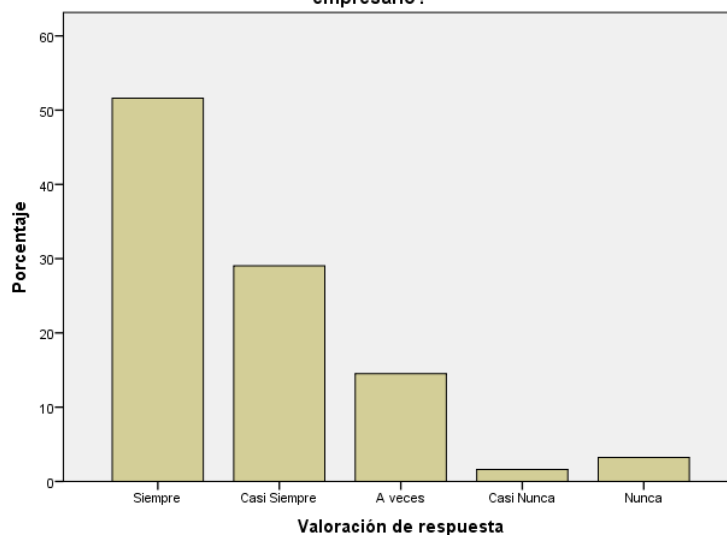


FIGURA 5. Distribución de frecuencias porcentual de ética del empresario sugerida por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 80,6 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del empresario. Un 14,5 % opinan que es indiferente. 1,6 % opinan nunca, 3,2 % casi nunca.

Pregunta P2 – Indicador Capacitación en Ética

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación en ética?

TABLA 29. Distribución de frecuencias del indicador capacitación en ética sugerida por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	27	43,5	43,5	43,5
Casi Siempre	21	33,9	33,9	77,4
A veces	10	16,1	16,1	93,5
Casi Nunca	1	1,6	1,6	95,2
Nunca	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

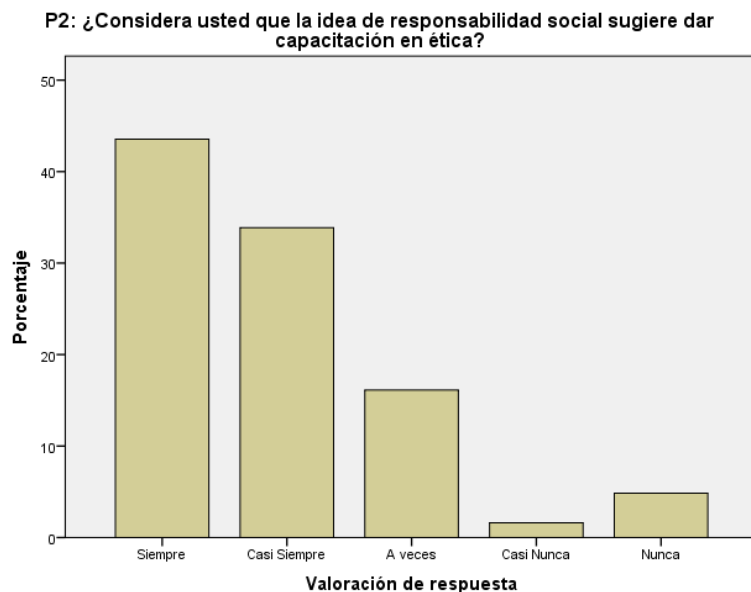


FIGURA 6. Distribución de frecuencias porcentual de capacitación en ética sugerida por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 77,4 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación en ética. Un 16,1 % opinan que es indiferente. 1,6 % opinan casi nunca. 4,8% nunca.

Pregunta P3 – Indicador Ética del Personal

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del personal?

TABLA 30. Distribución de frecuencias del indicador ética del personal sugerida por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	39	62,9	62,9	62,9
Casi Siempre	14	22,6	22,6	85,5
A veces	8	12,9	12,9	98,4
Nunca	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P3: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del personal?

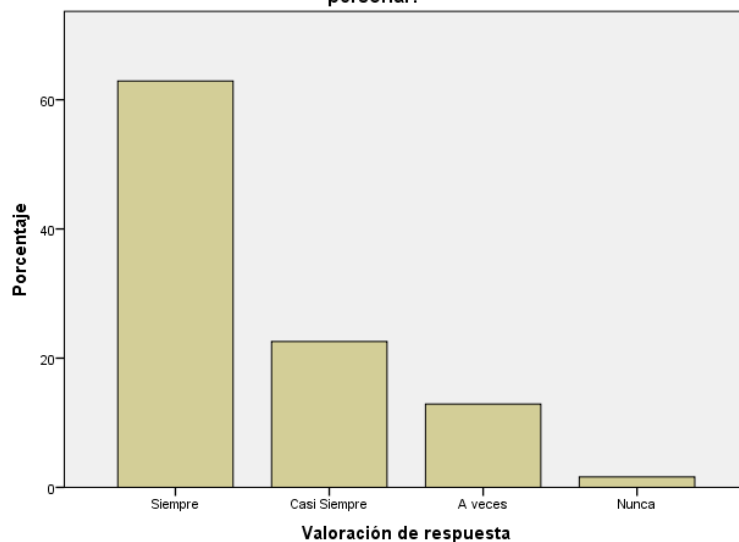


FIGURA 7. Distribución de frecuencias porcentual de ética del personal sugerida por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 85,5 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere ética del personal. Un 12,9 % opinan que es indiferente. Nadie opina que casi nunca. Un 1,6 % opinan nunca.

Pregunta P4 – Indicador Liderazgo y Beneficios Sociales

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere liderazgo positivo y beneficios sociales para el personal y sus familias?

TABLA 31. Distribución de frecuencias del indicador liderazgo y beneficios sociales sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	36	58,1	58,1	58,1
Casi Siempre	19	30,6	30,6	88,7
A veces	7	11,3	11,3	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P4: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere liderazgo positivo y beneficios sociales para el personal y sus familias?

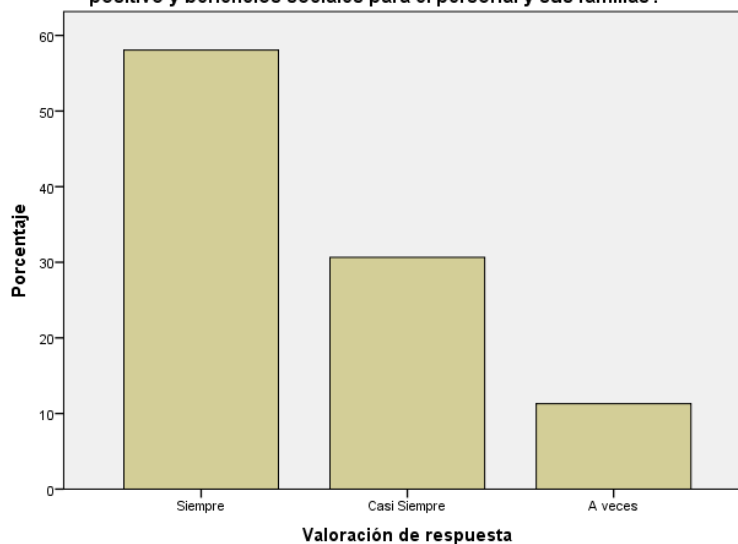


FIGURA 8. Distribución de frecuencias porcentual de liderazgo y beneficios sociales sugerida por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 88,7 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere liderazgo positivo y beneficios sociales para el personal y sus familias. Un 11,3 % opinan que es indiferente. Nadie opina que nunca o casi nunca.

Pregunta P5 – Indicador Control de Riesgos de Seguridad y Salud Ocupacional

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos de seguridad?

TABLA 32. Distribución de frecuencias del indicador control de riesgos de seguridad y salud ocupacional sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	38	61,3	61,3	61,3
Casi Siempre	16	25,8	25,8	87,1
A veces	7	11,3	11,3	98,4
Casi Nunca	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P5: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos de seguridad?

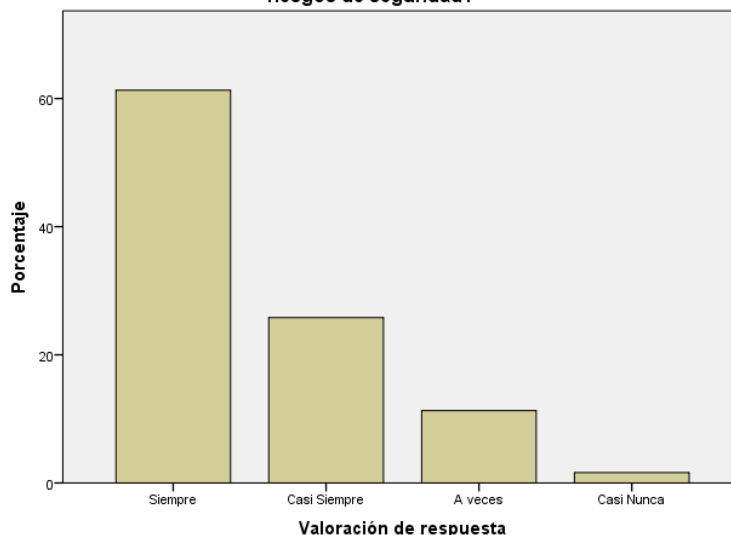


FIGURA 9. Distribución de frecuencias porcentual de control de riesgos de seguridad y salud ocupacional sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 87,1 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social control de riesgos de seguridad y salud ocupacional. Un 11,3 % opinan que es indiferente. Un 1,6 % opina que casi nunca. Nadie opina que nunca.

Pregunta P6 – Indicador Capacitación en Seguridad y Salud Ocupacional

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación en seguridad?

TABLA 33. Distribución de frecuencias del indicador capacitación en seguridad y salud ocupacional sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	38	61,3	61,3	61,3
Casi Siempre	16	25,8	25,8	87,1
A veces	6	9,7	9,7	96,8
Casi Nunca	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

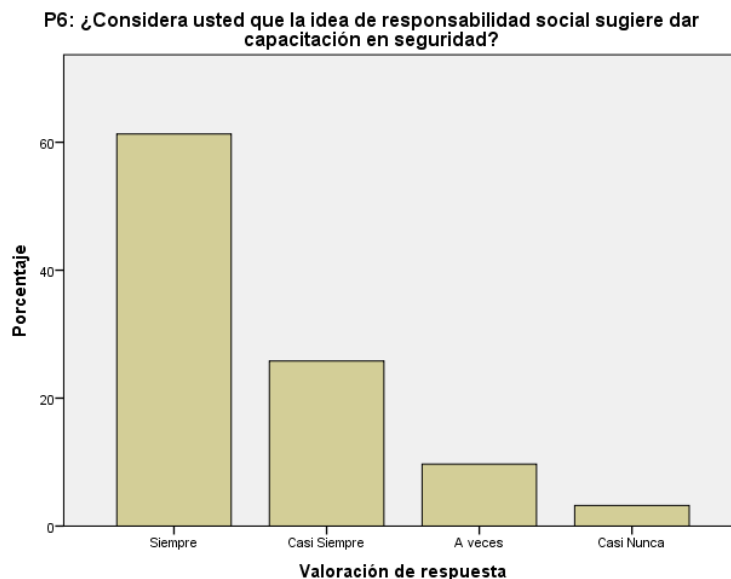


FIGURA 10. Distribución de frecuencias porcentual de capacitación en seguridad y salud ocupacional sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 87,1 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere capacitación en seguridad y salud ocupacional. Un 9,7 % opinan que es indiferente.

Un 3,2 % opina que casi nunca. Nadie opina que nunca.

Pregunta P7 – Indicador Jefes Competentes en Ambiente

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere jefes competentes en medio ambiente?

TABLA 34. Distribución de frecuencias del indicador jefes competentes en medio ambiente sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	33	53,2	53,2	53,2
Casi Siempre	19	30,6	30,6	83,9
A veces	7	11,3	11,3	95,2
Casi Nunca	3	4,8	4,8	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

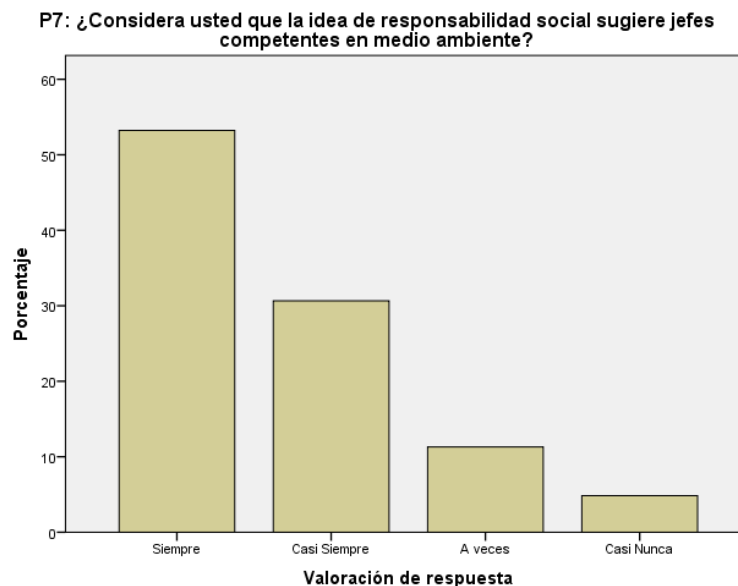


FIGURA 11. Distribución de frecuencias porcentual de jefes competentes en medio ambiente sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 83,9 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere jefes competentes en medio ambiente en la fábrica. Un 11,3 % opinan que es indiferente. 4,8 % opina que casi nunca. Nadie opina que nunca.

Pregunta P8 – Indicador Control de Riesgos Ambientales

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos ambientales?

TABLA 35. Distribución de frecuencias del indicador control de riesgos ambientales sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	38,7	38,7	38,7
Casi Siempre	27	43,5	43,5	82,3
A veces	11	17,7	17,7	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P8: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos ambientales?

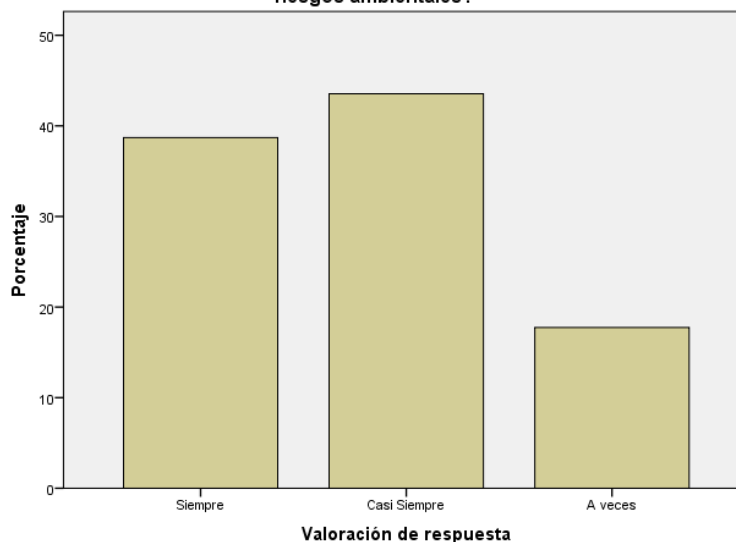


FIGURA 12. Distribución de frecuencias porcentual de control de riesgos ambientales sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 82,3 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos ambientales en la fábrica. Un 17,7 % opinan que es indiferente. Ninguno opina que casi nunca ni nunca.

Pregunta P9 – Indicador Capacitación de Ambiente

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación de ambiente?

TABLA 36. Distribución de frecuencias del indicador capacitación de ambiente sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	29	46,8	46,8	46,8
Casi Siempre	18	29,0	29,0	75,8
A veces	14	22,6	22,6	98,4
Casi Nunca	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

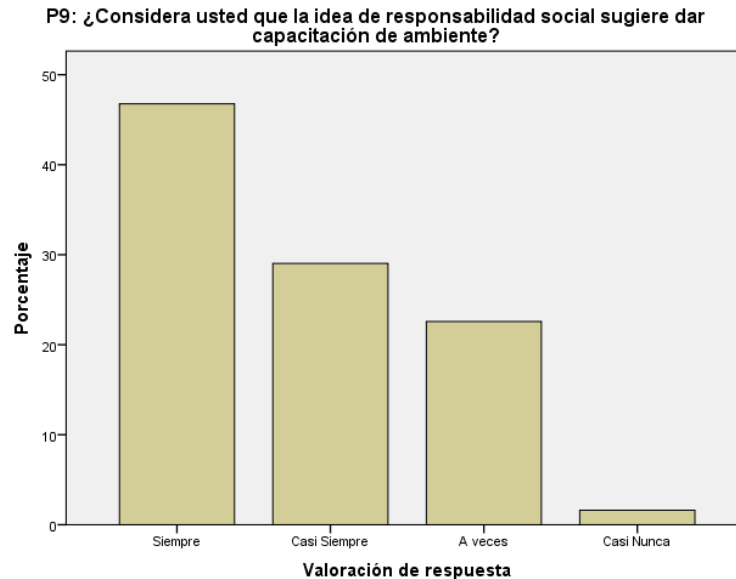


FIGURA 13. Distribución de frecuencias porcentual de capacitación de ambiente sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 75,8 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere capacitación de ambiente. Un 22,6 % opinan que es indiferente. Un 1,6 % opina que casi nunca. Y ninguno opina que nunca.

Pregunta P10 – Indicador Promoción de Objetivos Sociales

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales para la comunidad? (p. ej. voluntariado ambiental, evento especial con alcaldía...)

TABLA 37. Distribución de frecuencias del indicador promoción de objetivos sociales para la comunidad sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	25	40,3	40,3	40,3
Casi Siempre	22	35,5	35,5	75,8
A veces	13	21,0	21,0	96,8
Casi Nunca	2	3,2	3,2	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P10: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales para la comunidad? (p. ej. voluntariado ambiental, evento especial con alcaldía, etc)

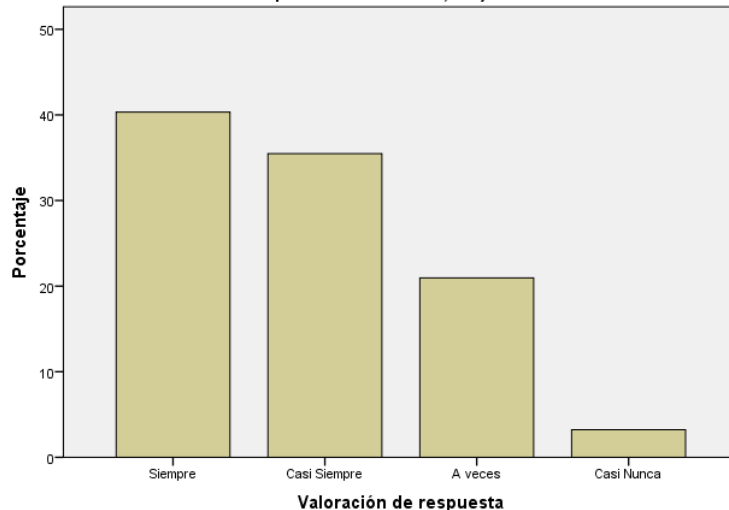


FIGURA 14. Distribución de frecuencias porcentual de promoción de objetivos sociales para la comunidad sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 75,8 % de los encuestados opinan siempre o casi siempre que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales para la comunidad. Un 21,0 % opinan que es indiferente. Un 3,2 % opina que casi nunca. Y ninguno opina que nunca.

Pregunta P11 – Indicador Seguridad del Producto

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la autocombustión de la harina?

TABLA 38. Distribución de frecuencias del indicador seguridad del producto sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	33	53,2	53,2	53,2
Casi Siempre	18	29,0	29,0	82,3
A veces	8	12,9	12,9	95,2
Casi Nunca	2	3,2	3,2	98,4
Nunca	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P11: ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la autocombustión de la harina?

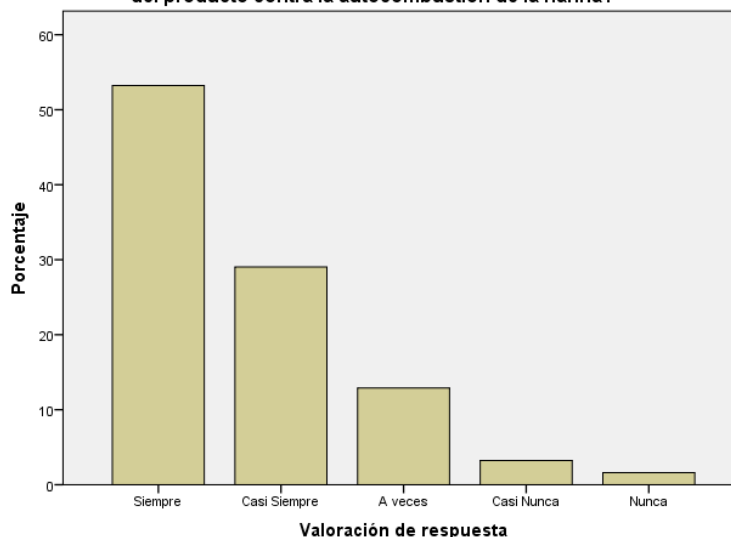


FIGURA 15. Distribución de frecuencias porcentual de seguridad del producto sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 82,3 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la autocombustión de la harina de pescado. Un 12,9 % opinan que es indiferente. Un 3,2 % opina que casi nunca. Y 1,6 opina que nunca.

Pregunta P12 – Indicador Calidad de Embalaje

¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere calidad de embalaje?

TABLA 39. Distribución de frecuencias del indicador calidad de embalaje sugerido por la idea de responsabilidad social en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	34	54,8	54,8	54,8
Casi Siempre	18	29,0	29,0	83,9
A veces	5	8,1	8,1	91,9
Casi Nunca	4	6,5	6,5	98,4
Nunca	1	1,6	1,6	100,0
Total	62	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

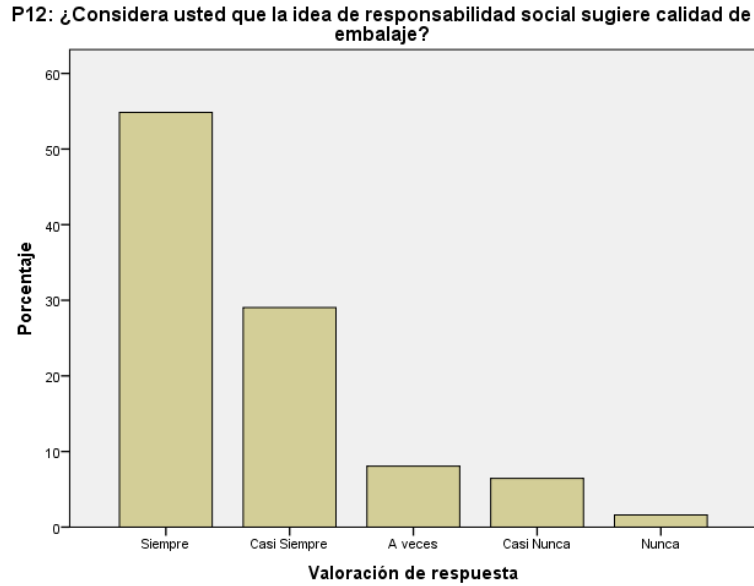


FIGURA 16. Distribución de frecuencias porcentual de calidad de embalaje sugerido por la idea de responsabilidad social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 83,9 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere calidad de embalaje en la fábrica. Un 8,1 % opinan que es indiferente. Un 6,5 % opina que casi nunca. Y 1,6 % opina que nunca.

6.1.4.2. VALORACIONES DE INDICADORES DE ÉXITO EMPRESARIAL

En cuanto al procesamiento de valoraciones en el cuestionario de éxito empresarial, los encuestados fueron 42: directivos y empleados, sin trabajadores porque no tenían el deber de manejar competencias de gobierno y/o gestión empresarial.

Por eso, se procedió a realizar un análisis de frecuencias con el SPSS en base a las valoraciones marcadas por los encuestados en cada pregunta de éxito empresarial.

Pregunta P13 – Indicador Ambiente Económico

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un ambiente económico en el país que atrae las inversiones?

TABLA 40. Distribución de frecuencias del indicador ambiente económico en el país sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	57,1	57,1	57,1
Casi Siempre	14	33,3	33,3	90,5
A veces	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

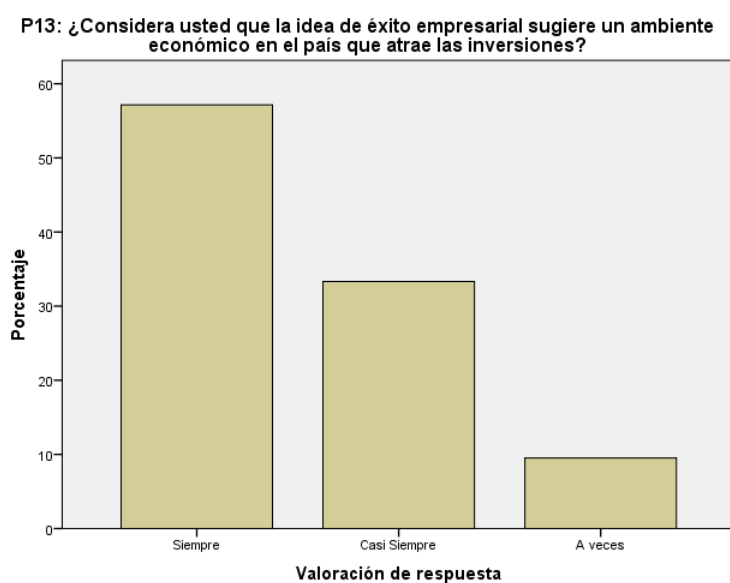


FIGURA 17. Distribución de frecuencias porcentual de ambiente económico en el país sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 90,5 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere un ambiente económico en el país que atrae las inversiones. Un 9,5 % opinan que es indiferente. Y nadie opina que nunca ni casi nunca.

Pregunta P14 – Indicador Ambiente Político Legal

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente político legal en el país para las inversiones y el crecimiento sostenido de las empresas?

TABLA 41. Distribución de frecuencias del indicador ambiente político legal en el país sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	57,1	57,1	57,1
Casi Siempre	14	33,3	33,3	90,5
A veces	2	4,8	4,8	95,2
Casi Nunca	1	2,4	2,4	97,6
Nunca	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

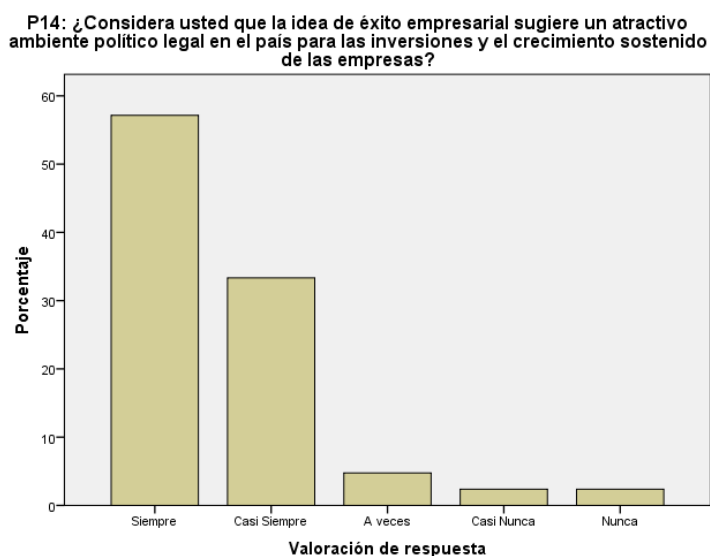


FIGURA 18. Distribución de frecuencias porcentual de ambiente político legal en el país sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 90,5 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente político legal en el país para las inversiones y el crecimiento sostenido de las empresas. Un 4,8 % opinan que es indiferente. Un 2,4 % opina que casi nunca. Y 2,4 % opina que nunca.

Pregunta P15 – Indicador Ambiente Tecnológico

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente tecnológico en el país para las mejoras e innovaciones?

TABLA 42. Distribución de frecuencias del indicador ambiente tecnológico en el país sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	22	52,4	52,4	52,4
Casi Siempre	14	33,3	33,3	85,7
A veces	5	11,9	11,9	97,6
Nunca	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

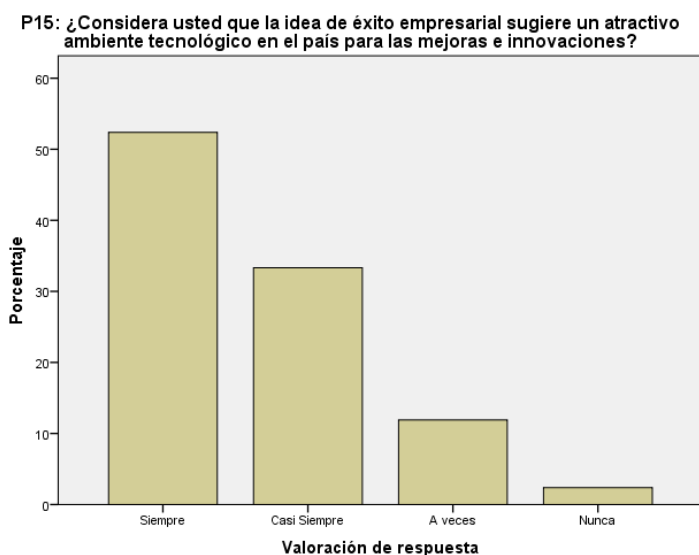


FIGURA 19. Distribución de frecuencias porcentual de ambiente tecnológico en el país sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 85,7 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente tecnológico en el país para las mejoras e innovaciones sugerido. Un 11,9 % opinan que es indiferente. Nadie opina que casi nunca. Y 2,4 % opina que nunca.

Pregunta P16 – Indicador Apoyo Financiero

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere contar con apoyo financiero en el país para hacer renovaciones en la planta?

TABLA 43. Distribución de frecuencias del indicador apoyo financiero en el país sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	22	52,4	52,4	52,4
Casi Siempre	10	23,8	23,8	76,2
A veces	9	21,4	21,4	97,6
Casi Nunca	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

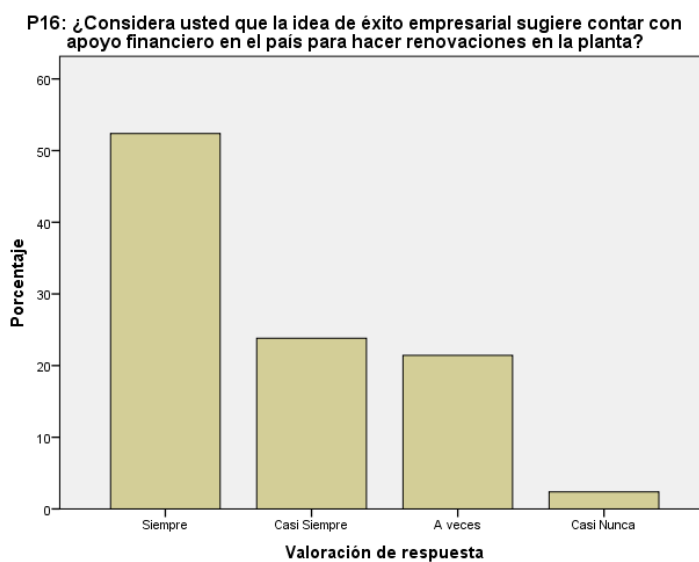


FIGURA 20. Distribución de frecuencias porcentual de apoyo financiero en el país sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 76,2 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere un apoyo financiero en el país para hacer renovaciones en la planta. Un 21,4 % opinan que es indiferente. 2,4 % opina que casi nunca. Y nadie opina que nunca.

Pregunta P17 – Indicador Soporte Profesional

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones para vender harina de pescado en el mundo?

TABLA 44. Distribución de frecuencias del indicador soporte profesional en el país sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	18	42,9	42,9	42,9
Casi Siempre	22	52,4	52,4	95,2
A veces	2	4,8	4,8	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P17: ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones para vender harina de pescado en el mundo?

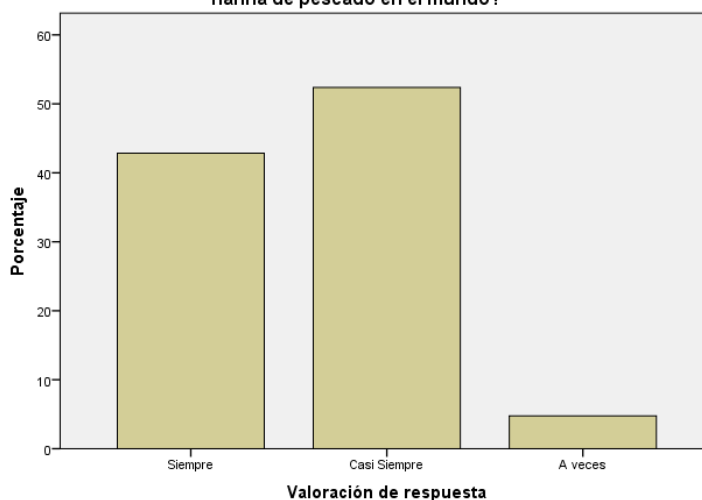


FIGURA 21. Distribución de frecuencias porcentual de soporte profesional en el país sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 95,2 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere un soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones para vender harina de pescado en el mundo. Un 4,8 % opinan que es indiferente. Y nadie opina que casi nunca ni nunca.

Pregunta P18 – Indicador Red de Apoyo Moral

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere una red de apoyo moral de la familia del empresario, ya sea su padre, esposa o hijo?

TABLA 45. Distribución de frecuencias del indicador red de apoyo moral de la familia del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	21	50,0	50,0	50,0
Casi Siempre	9	21,4	21,4	71,4
A veces	9	21,4	21,4	92,9
Casi Nunca	2	4,8	4,8	97,6
Nunca	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

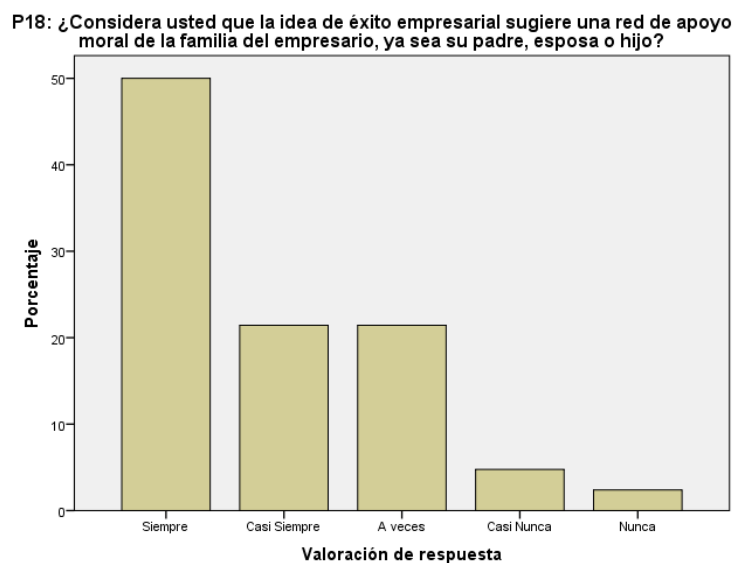


FIGURA 22. Distribución de frecuencias porcentual de red de apoyo moral de la familia del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 71,4 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere red de apoyo moral de la familia del empresario, ya sea su padre, esposa o hijo. Un 21,4 % opinan que es indiferente. 4,8 % opina que casi nunca. Y 2,4 % opina que nunca.

Pregunta P19 – Indicador Actitudes

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario demuestra decisión propia y responsabilidad de sus acciones?

TABLA 46. Distribución de frecuencias del indicador actitud del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	25	59,5	59,5	59,5
Casi Siempre	13	31,0	31,0	90,5
A veces	3	7,1	7,1	97,6
Casi Nunca	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

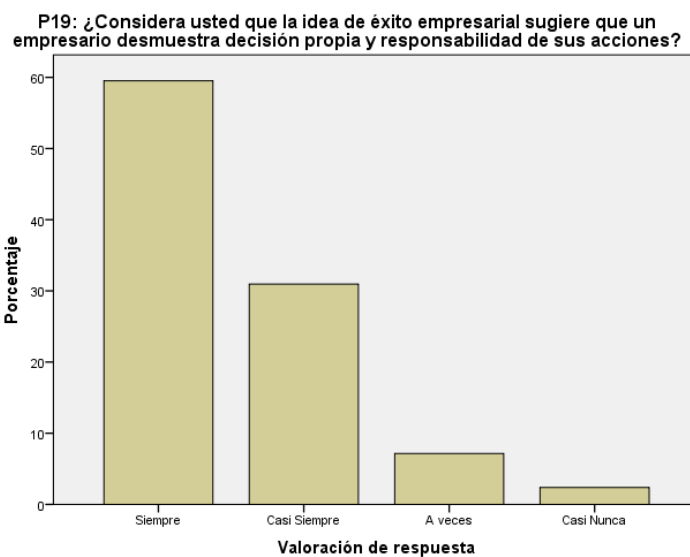


FIGURA 23. Distribución de frecuencias porcentual de actitud sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 90,5 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario demuestra decisión propia y responsabilidad de sus acciones. Un 7,1 % opinan que es indiferente. 2,4 % opina que casi nunca. Y nadie opina que nunca.

Pregunta P20 – Indicador Formación

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario se informa continuamente?

TABLA 47. Distribución de frecuencias del indicador formación del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	30	71,4	71,4	71,4
Casi Siempre	12	28,6	28,6	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

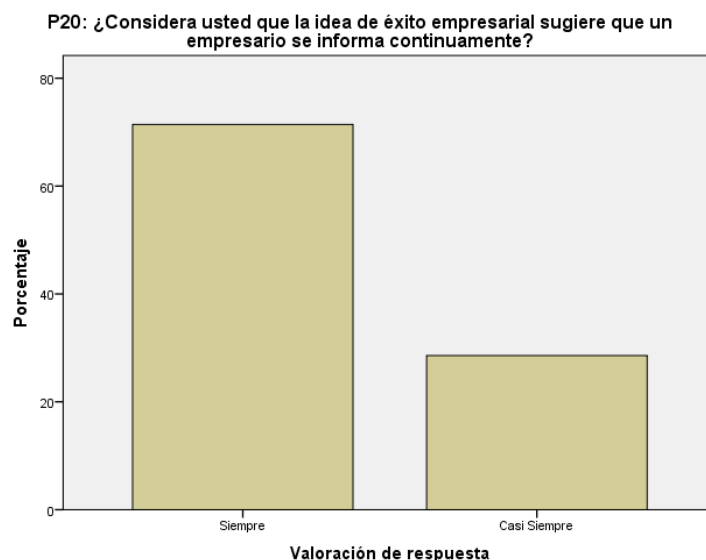


FIGURA 24. Distribución de frecuencias porcentual de formación del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 100 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario se informa continuamente. Nadie opina que es indiferente. Nadie opina que casi nunca.

Pregunta P21 – Indicador Experiencia Gerencial

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario gana experiencia gerencial continuamente?

TABLA 48. Distribución de frecuencias del indicador experiencia del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	24	57,1	57,1	57,1
Casi Siempre	14	33,3	33,3	90,5
A veces	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

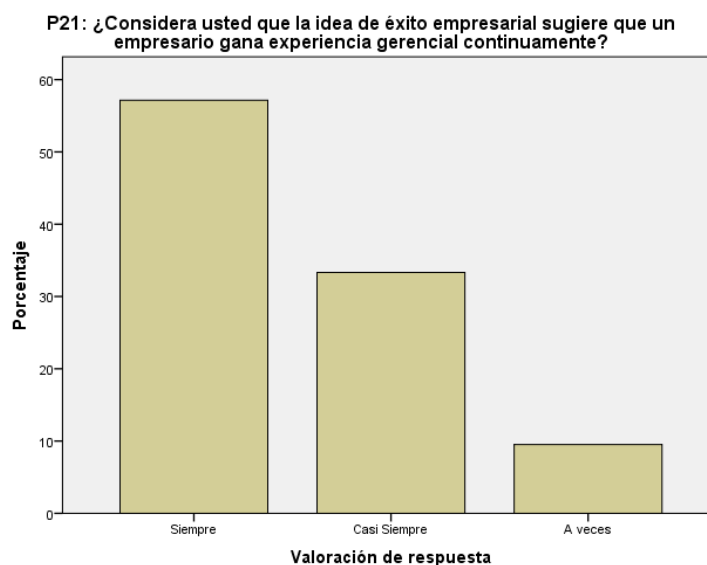


FIGURA 25. Distribución de frecuencias porcentual de experiencia del empresario sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 90,5 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario gana experiencia gerencial continuamente. 9,5 % opina que es indiferente. Nadie opina que casi nunca ni nunca.

Pregunta P22 – Indicador Diseño Organizativo

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere calidad en la gestión interna de la empresa?

TABLA 49. Distribución de frecuencias del indicador diseño organizativo/calidad en gestión sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	22	52,4	52,4	52,4
Casi Siempre	17	40,5	40,5	92,9
A veces	3	7,1	7,1	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

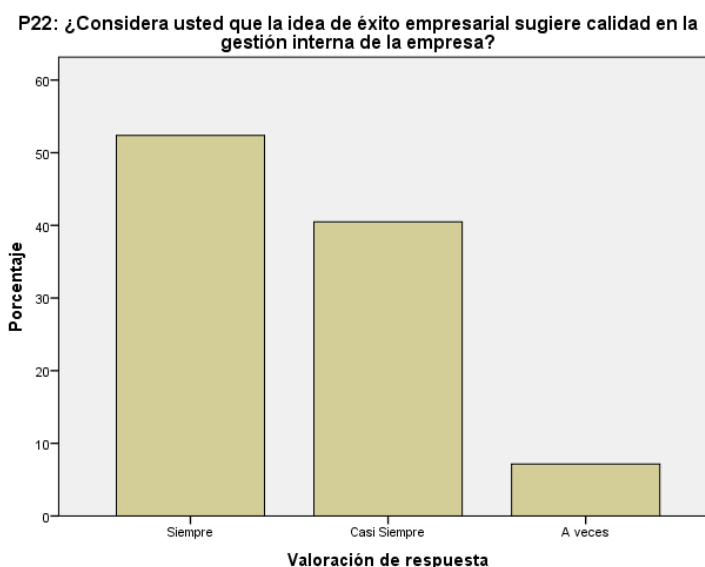


FIGURA 26. Distribución de frecuencias porcentual de diseño organizativo/calidad en gestión sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 92,9 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere calidad en la gestión interna de la empresa. 7,1 % opina que es indiferente. Nadie opina que casi nunca ni nunca.

Pregunta P23 – Indicador Coordinación

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere coordinación con adaptación mutua entre trabajadores adicional a los mecanismos formales?

TABLA 50. Distribución de frecuencias del indicador coordinación sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	20	47,6	47,6	47,6
Casi Siempre	18	42,9	42,9	90,5
A veces	3	7,1	7,1	97,6
Casi Nunca	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

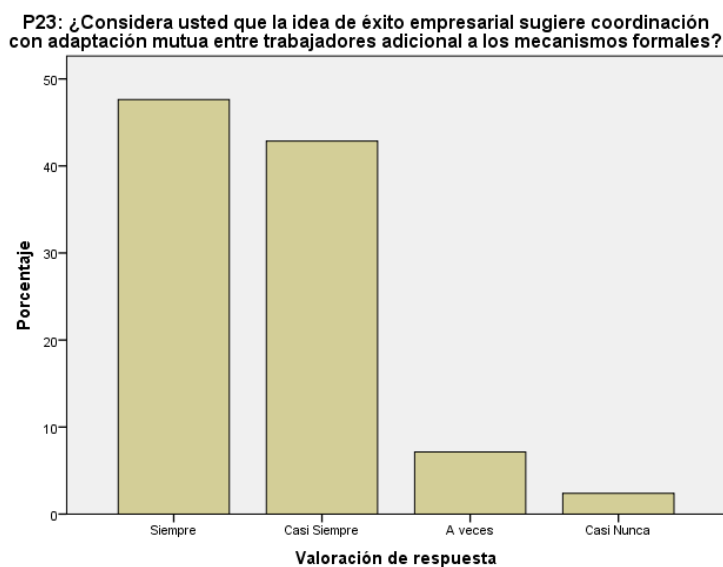


FIGURA 27. Distribución de frecuencias porcentual de coordinación sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

El 90,5 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere coordinación con adaptación mutua entre trabajadores adicional a los mecanismos formales. 7,1 % opina que es indiferente. 2,4 % opina que casi nunca. Nadie opina que nunca.

Pregunta P24 – Indicador Procesos y Resultados

¿Considera usted que la idea de éxito empresarial puede estar dada por la cantidad de pescado procesado por tonelada de harina, ingresos en dólares > punto de equilibrio en dólares, precio por tonelada harina > costo total operación por tonelada de harina?

TABLA 51. Distribución de frecuencias del indicador procesos y resultados sugerido por la idea de éxito empresarial en función de la valoración marcada por el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	25	59,5	59,5	59,5
Casi Siempre	17	40,5	40,5	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Frecuencias calculadas con Excel.

P24: ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial puede estar dada por la cantidad de pescado procesado por tonelada de harina, ingresos en dólares > punto de equilibrio en dólares, precio por tonelada harina > costo total operación por ton. harina?



FIGURA 28. Distribución de frecuencias porcentual de procesos y resultados sugerido por la idea de éxito empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

El 100 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sugiere procesos y resultados buenos. Nadie opina que es indiferente. Nadie opina que casi nunca o que nunca.

6.1.4.3. VALORACIONES DE DIMENSIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

TABLA 52. Conteos de valoraciones para la dimensión ética empresarial

Dimensión D1 Ética empresarial	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P1: Ética del empresario	32	18	9	1	2	62
P2: Capacitación en ética	27	21	10	1	3	62
P3: Ética del personal	39	14	8	0	1	62
Total, indicadores	98	53	27	2	6	186
Total, promedio	32,7	17,7	9,0	0,7	2,0	62,0
Promedio porcentual	52,7%	28,5%	14,5 %	1,1%	3,2%	100%
Promedio porcentual acumulado	52,7%	81,2%	95,7 %	96,8%	100%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de responsabilidad social se tiene que la dimensión ‘Ética empresarial’ recibe la contribución de la ética del empresario, la capacitación en ética y la ética del personal. En la Tabla 52 se aprecia que el 81,2 % de las encuestas de responsabilidad social apuntan favorablemente a la dimensión ‘Ética empresarial’. Que el 14,5 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 1,1 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 3,2 % apunta que nunca se necesita.

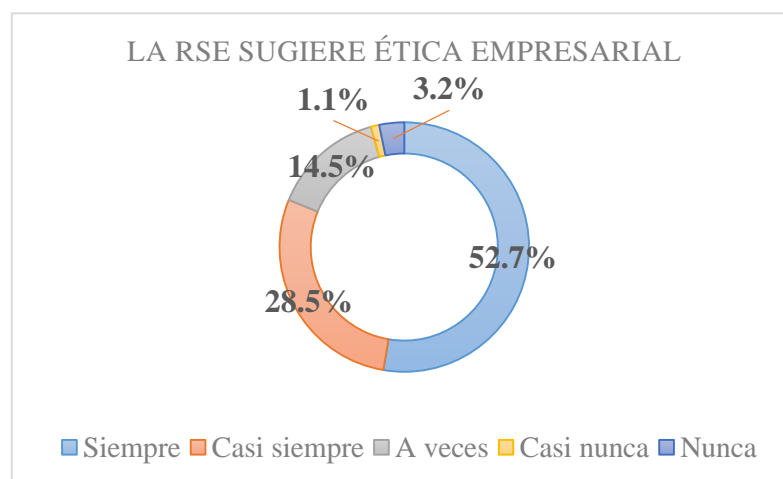


FIGURA 29. Valoración porcentual de la dimensión Ética Empresarial

TABLA 53. Conteos de valoraciones para la dimensión ambiente laboral

Dimensión D2 Ambiente laboral	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P4: Liderazgo positivo y beneficios sociales	36	19	7	0	0	62
P5: Control de riesgos de seguridad y salud ocupacional	38	16	7	1	0	62
P6: Capacitación de seguridad y salud ocupacional	38	16	6	2	0	62
Total, indicadores	112	51	20	3	0	186
Total, promedio	37,3	17,0	6,7	1,0	0,0	62,0
Promedio porcentual	60,2%	27,4%	10,8%	1,6%	0,0%	100%
Promedio porcentual acumulado	60,2%	87,6%	98,4%	100%	100%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de responsabilidad social se tiene que la dimensión ‘Ambiente laboral’ recibe la contribución del liderazgo positivo y beneficios sociales, el control de riesgos de seguridad y salud ocupacional y de la capacitación de seguridad y salud ocupacional. En la Tabla 53 se aprecia que el 87,6 % de las encuestas de responsabilidad social apuntan favorablemente a la dimensión ‘Ambiente laboral’. Que el 10,8 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 1,6 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que ninguna encuesta apunta que nunca se necesita.

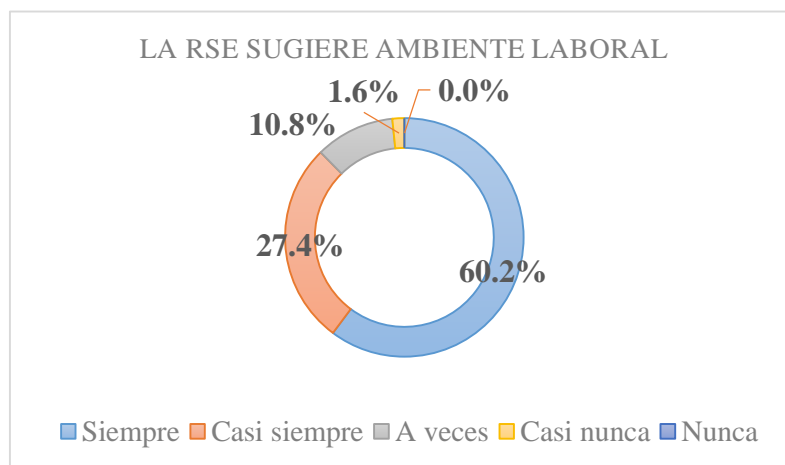


FIGURA 30. Valoración porcentual de la dimensión Ambiente Laboral

TABLA 54. Conteos de valoraciones para la dimensión medioambiente

Dimensión D3 Medio ambiente	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P7: Jefes competentes en medio ambiente	33	19	7	3	0	62
P8: Control de riesgos ambientales	24	27	11	0	0	62
P9: Capacitación de ambiente	29	18	14	1	0	62
Total, indicadores	86	64	32	4	0	186
Total, promedio	28,7	21,3	10,7	1,3	0,0	62,0
Promedio porcentual	46,2%	34,4%	17,2%	2,2%	0,0%	100%
Promedio porcentual acumulado	46,2%	80,6%	97,8%	100%	100%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de responsabilidad social se tiene que la dimensión ‘Medioambiente’ recibe la contribución de jefes competentes en medio ambiente, control de riesgos ambientales y capacitación de ambiente. En la Tabla 54 se aprecia que el 80,6 % de las encuestas de responsabilidad social apuntan favorablemente a la dimensión ‘Medioambiente’. Que el 17,2 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 2,2 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que ninguna encuesta apunta que nunca se necesita.

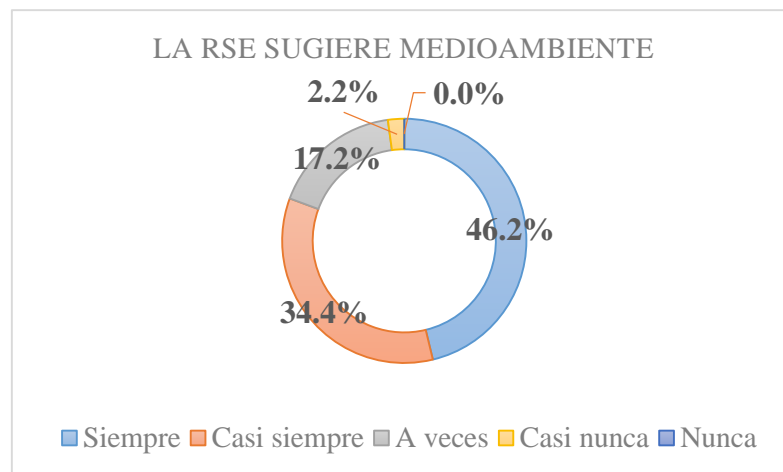


FIGURA 31. Valoración porcentual de la dimensión Medioambiente

TABLA 55. Conteos de valoraciones para la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’

Dimensión D4 Compromiso con la comunidad y Marketing Responsable	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P10: Promoción de objetivos sociales para la comunidad	25	22	13	2	0	62
P11: Seguridad del producto	33	18	8	2	1	62
P12: Calidad de embalaje	34	18	5	4	1	62
Total, indicadores	92	58	26	8	2	186
Total, promedio	30,7	19,3	8,7	2,7	0,7	62,0
Promedio porcentual	49,5%	31,2%	14,0%	4,3%	1,1%	100%
Promedio porcentual acumulado	49,5%	80,6%	94,6%	98,9%	100,0%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de responsabilidad social se tiene que la dimensión ‘Compromiso con la comunidad y marketing responsable’ recibe la contribución de promoción de objetivos sociales para la comunidad, seguridad del producto y calidad de embalaje. En la Tabla 55 se aprecia que 80,6 % de las encuestas de responsabilidad social apuntan favorablemente a la dimensión ‘Compromiso con la comunidad y marketing responsable’. Que 14,0 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que 4,3 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que 1,1 % apunta que nunca se necesita.

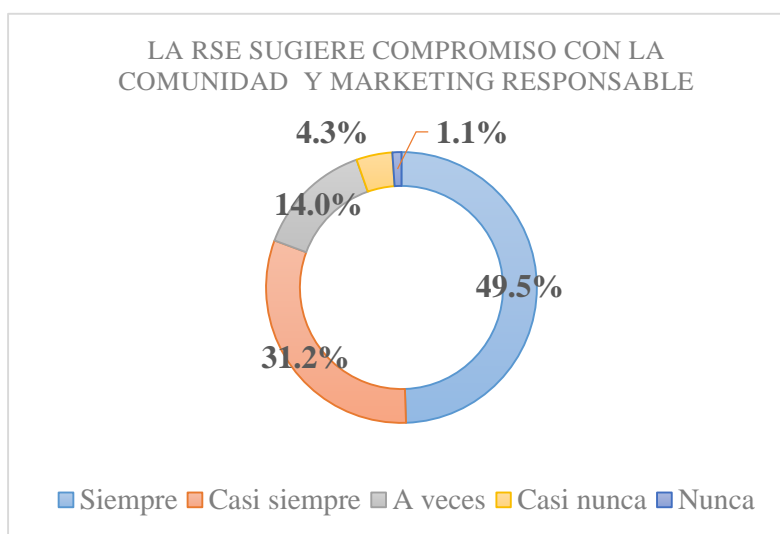


FIGURA 32. Valoración porcentual de la dimensión ‘Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable’

6.1.4.4. VALORACIONES DE DIMENSIONES DE ÉXITO EMPRESARIAL

TABLA 56. Conteos de valoraciones para la dimensión macroentorno

Dimensión D5 Macroentorno	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P13: Ambiente económico en el país	24	14	4	0	0	42
P14: Ambiente político legal en el país	24	14	2	1	1	42
P15: Ambiente tecnológico en el país	22	14	5	0	1	42
Total, indicadores	70	42	11	1	2	126
Total, promedio	23,3	14,0	3,7	0,3	0,7	42,0
Promedio porcentual	55,6%	33,3%	8,7%	0,8%	1,6%	100%
Promedio porcentual acumulado	55,6%	88,9%	97,6%	98,4%	100,0%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de éxito empresarial se tiene que la dimensión ‘Macroentorno’ recibe la contribución de Ambiente económico en el país, Ambiente político legal en el país y Ambiente tecnológico en el país. En la Tabla 56 se aprecia que el 88,9 % de las encuestas de éxito empresarial apuntan favorablemente a la dimensión ‘Macroentorno’. Que el 8,7 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 0,8 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 1,6 % apunta que nunca se necesita.

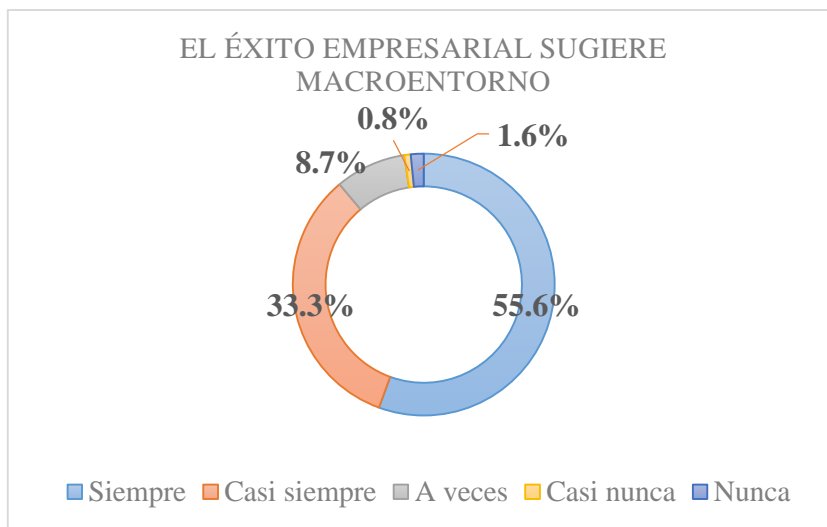


FIGURA 33. Valoración porcentual de la dimensión Macroentorno

TABLA 57. Conteos de valoraciones para la dimensión redes de soporte social

Dimensión D6 Redes de soporte social	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P16: Apoyo financiero en el país	22	10	9	1	0	42
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	18	22	2	0	0	42
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	21	9	9	2	1	42
Total, indicadores	61	41	20	3	1	126
Total, promedio	20,3	13,7	6,7	1,0	0,3	42,0
Promedio porcentual	48,4%	32,5%	15,9%	2,4%	0,8%	100%
Promedio porcentual acumulado	48,4%	81,0%	96,8%	99,2%	100%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de éxito empresarial se tiene que la dimensión ‘Redes de soporte social’ recibe la contribución de Apoyo financiero en el país, Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones y Red de apoyo moral de la familia del empresario. En la Tabla 57 se aprecia que el 81,0 % de las encuestas de éxito empresarial apuntan favorablemente a la dimensión ‘Redes de soporte social’. Que el 15,9 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 2,4 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 0,8 % apunta que nunca se necesita.

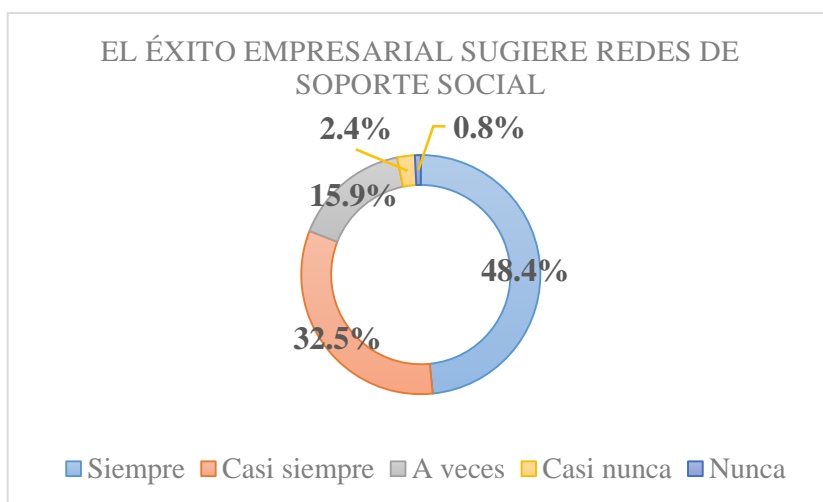


FIGURA 34. Valoración porcentual de la dimensión Redes de Soporte Social

TABLA 58. Conteos de valoraciones para la dimensión factores personales

Dimensión D7 Factores personales	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	25	13	3	1	0	42
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	30	12	0	0	0	42
P21: Experiencia Gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	24	14	4	0	0	42
Total, indicadores	79	39	7	1	0	126
Total, promedio	26,3	13,0	2,3	0,3	0,0	42,0
Promedio porcentual	62,7%	31,0%	5,6%	0,8%	0,0%	100%
Promedio porcentual acumulado	62,7%	93,7%	99,2%	100%	100%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de éxito empresarial se tiene que la dimensión ‘Factores personales’ recibe la contribución de Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones, Empresario se informa continuamente y Empresario gana experiencia gerencial continuamente. En la Tabla 58 se aprecia que el 93,7 % de las encuestas de éxito empresarial apuntan favorablemente a la dimensión ‘Redes de soporte social’. Que el 5,6 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 0,8 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 0,0 % apunta que nunca se necesita.

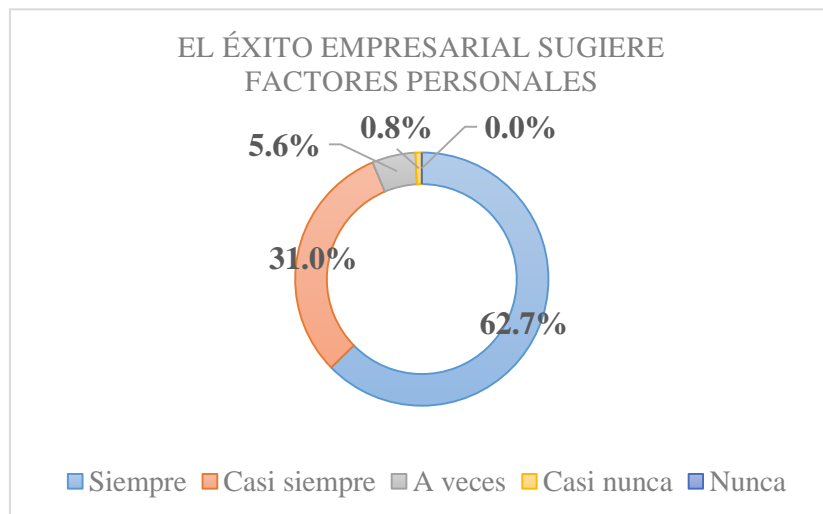


FIGURA 35. Valoración porcentual de la dimensión Factores Personales

TABLA 59. Conteos de valoraciones para la dimensión factores institucionales

Dimensión D8 Factores institucionales	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
P22: Diseño organizativo. Y Calidad en la gestión interna de la empresa	22	17	3	0	0	42
P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre personal	20	18	3	1	0	42
P24: Procesos y resultados	25	17	0	0	0	42
Total, indicadores	67	52	6	1	0	126
Total, promedio	22,3	17,3	2,0	0,3	0,0	42,0
Promedio porcentual	53,2%	41,3%	4,8%	0,8%	0,0%	100,0%
Promedio porcentual acumulado	53,2%	94,4%	99,2%	100,0%	100,0%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En las encuestas de éxito empresarial se tiene que la dimensión ‘Factores institucionales’ recibe la contribución de los indicadores Diseño organizativo, Coordinación y, Procesos y resultados.

En la Tabla 59 se aprecia que el 94,4 % de las encuestas de éxito empresarial apuntan favorablemente a la dimensión ‘Factores institucionales’. Que el 4,8 % de las encuestas caen en indiferencia con esta dimensión. Que el 0,8 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 0,0 % apunta que nunca se necesita.

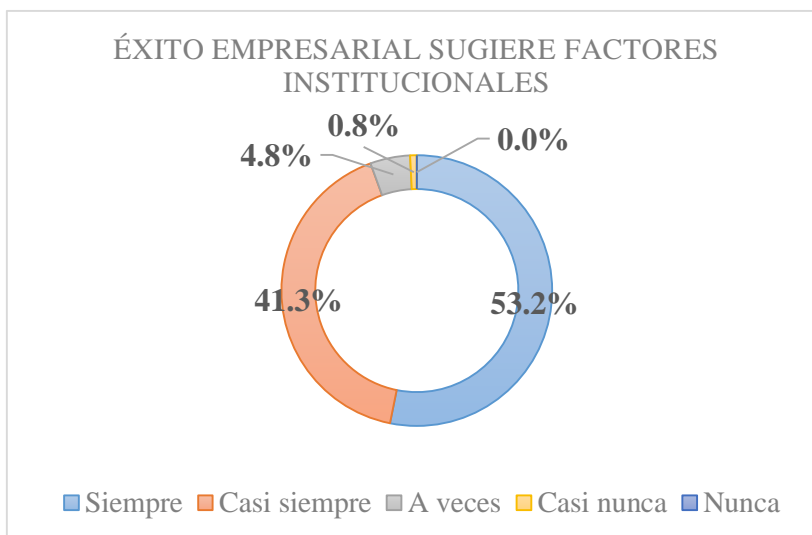


FIGURA 36. Valoración porcentual de la dimensión Factores Institucionales

6.1.4.5. RESUMEN DE VALORACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

TABLA 60. Conteos de valoraciones para la variable responsabilidad social

Variable V1 Responsabilidad Social	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
D1: Ética empresarial	32,7	17,7	9,0	0,7	2,0	62
D2: Ambiente Laboral	37,3	17,0	6,7	1,0	0,0	62
D3: Medioambiente	28,7	21,3	10,7	1,3	0,0	62
D4: Compromiso con la comunidad y Marketing responsable	30,7	19,3	8,7	2,7	0,7	62
Total, dimensiones	129,3	75,3	35,0	5,7	2,7	248
Total, promedio	32,3	18,8	8,8	1,4	0,7	62,0
Promedio porcentual	52,2%	30,4%	14,1%	2,3%	1,1%	100 %
Promedio porcentual acumulado	52,2%	82,5%	96,6%	98,9%	100,0%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

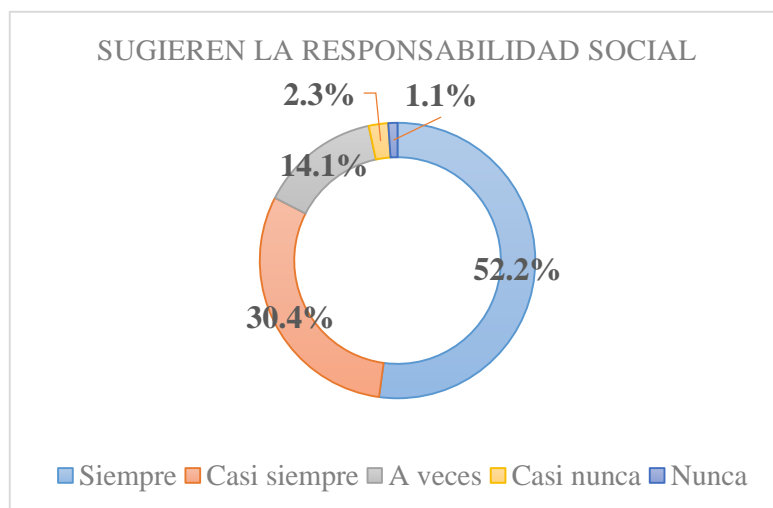


FIGURA 37. Valoración porcentual de la variable Responsabilidad Social

En las encuestas de responsabilidad social se tiene que la variable recibe la contribución de las dimensiones Ética empresarial, Ambiente laboral, Medio ambiente y, Compromiso con la comunidad y Marketing responsable. En la Tabla 60 se aprecia que el 82,5 % de las encuestas de responsabilidad social apuntan favorablemente a esta variable. Que el 14,1 % de las

encuestas demuestran indiferencia sobre responsabilidad social. Que el 2,3 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 1,1 % apunta a que nunca se necesita.

6.1.4.6. RESUMEN DE VALORACIONES DE ÉXITO EMPRESARIAL

TABLA 61. Conteos de valoraciones para la variable éxito empresarial con 42 encuestados

Variable V2 Éxito Empresarial	Conteos de valoraciones					Total
	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)	
D5: Macroentorno	23,3	14,0	3,7	0,3	0,7	42
D6: Redes de Soporte Social	20,3	13,7	6,7	1,0	0,3	42
D7: Factores Personales	26,3	13,0	2,3	0,3	0,0	42
D8: Factores Institucionales	22,3	17,3	2,0	0,3	0,0	42
Total, dimensiones	92,3	58,0	14,7	2,0	1,0	168
Total, promedio	23,1	14,5	3,7	0,5	0,3	42,0
Promedio porcentual	55,0%	34,5%	8,7%	1,2%	0,6%	100%
Promedio porcentual acumulado	55,0%	89,5%	98,2%	99,4%	100,0%	

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

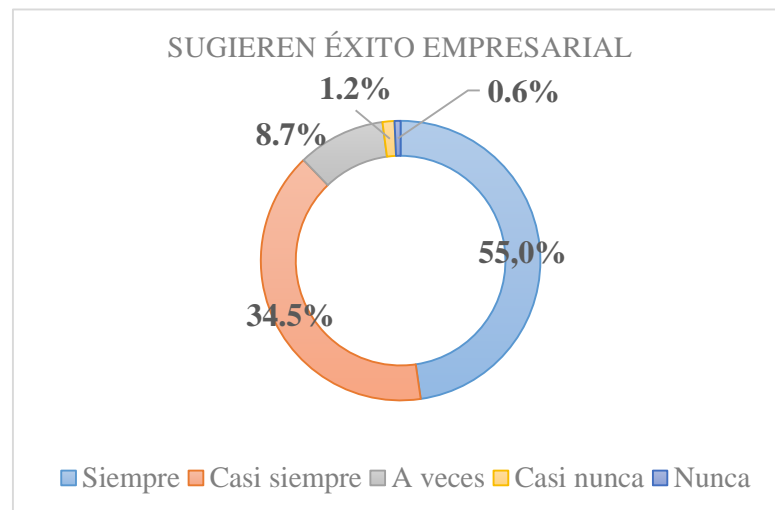


FIGURA 38. Valoración porcentual de la variable Éxito Empresarial

En las encuestas de éxito empresarial se tiene que la variable recibe la contribución de las dimensiones Macroentorno, Redes de soporte social, Factores personales y Factores institucionales. En la Tabla 61 se aprecia que el 89,5 % de las encuestas de éxito empresarial apuntan favorablemente a esta variable. Que el 8,7 % de las encuestas demuestran

indiferencia sobre éxito empresarial. Que el 1,2 % de las encuestas apuntan a que casi nunca se necesita. Y que el 0,6 % apunta a que nunca se necesita.

6.1.5. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES

Se obtuvo los estadísticos descriptivos con medidas de tendencia central, de variabilidad y de asimetría de las variables responsabilidad social y éxito empresarial

En la vista de datos de SPSS, se dispuso un arreglo de dos bloques contiguos de datos de responsabilidad social y de éxito empresarial. Un bloque a la izquierda seguido del otro a la derecha. El de responsabilidad social, con 62 filas de datos. El de éxito empresarial, con 42 filas de datos. Considerando ambos bloques por separado.

6.1.5.1. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

TABLA 62. Estadísticos de la variable Responsabilidad Social

N	Válidos	62
	Perdidos	0
Media		51,6290
Mediana		53,0000
Moda		60,00
Desv. típ.		6,15705
Asimetría		-,482
Error típ. de asimetría		,304
Curtosis		-,541
Error típ. de curtosis		,599
Mínimo		36,00
Máximo		60,00

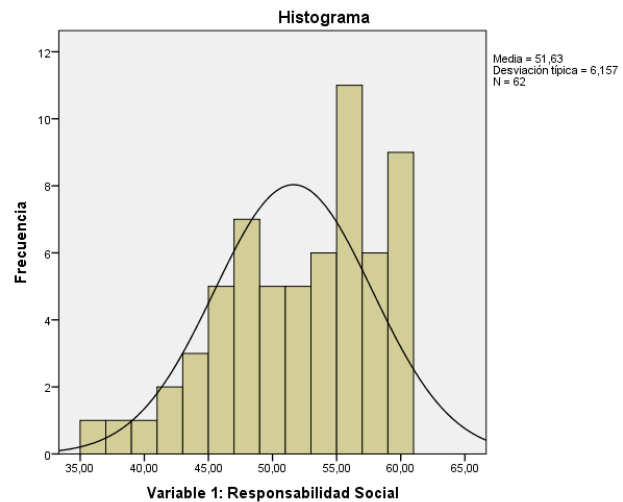


Figura 39. Histograma de Responsabilidad Social

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Estadísticos calculados con SPSS.

- N válidos o total de encuestados válidos es 62.
- Media o promedio del conjunto de sumas de valoraciones por encuesta es 51,6
- Mediana o centro del conjunto de sumas de valoraciones por encuesta es 53,0
- Moda o valor del conjunto de sumas de valoraciones por encuesta que más se repite es 60,0
- Desviación típica o intensidad con que cada suma de valoraciones por encuesta se aleja respecto de la media es 6,16

- Coeficiente de asimetría o desuniformidad con que las sumas de valoraciones por encuesta se distribuyen alrededor de la media es -0,48. El signo menos indica que la curva posee una cola alargada a la izquierda.
- Error típico de asimetría no aplicaría a este caso porque el coeficiente de asimetría no es 0,0
- Coeficiente de curtosis o forma del pico de la distribución de sumas de valoraciones por encuesta es -0,54. El signo negativo indica que la curva posee un pico aplastado.
- Error típico de curtosis no aplicaría a este caso porque el coeficiente de curtosis no es 0,0
- Mínimo o la menor de las sumas de valoraciones por encuesta es 36,0
- Máximo o la mayor de las sumas de valoraciones por encuesta es 60,0
- Media, mediana y moda son diferentes. Luego, no sigue una distribución normal.

6.1.5.2. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

TABLA 63. Estadísticos de la variable Éxito Empresarial

N	Válidos	42
	Perdidos	0
Media		53,0476
Mediana		54,0000
Moda		46,00 ^a
Desv. típ.		5,48146
Asimetría		-,477
Error típ. de asimetría		,365
Curtosis		-,835
Error típ. de curtosis		,717
Mínimo		40,00
Máximo		60,00

a. La otra moda está en 57,0000

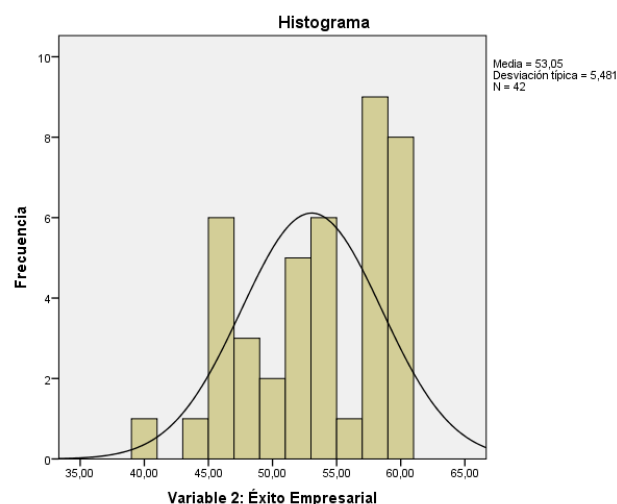


Figura 40. Histograma de Éxito Empresarial

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Estadísticos calculados con SPSS.

- N válidos o total de encuestados válidos es 42.
- Media o promedio del conjunto de sumas de valoraciones por encuesta es 53,05
- Mediana o centro del conjunto de sumas de valoraciones por encuesta es 54,0
- Moda o valor del conjunto de sumas de valoraciones por encuesta que más se repite es 57,0

- Desviación típica o intensidad con que cada suma de valoraciones por encuesta se aleja respecto de la media es 5,48
- Coeficiente de asimetría o desuniformidad con que las sumas de valoraciones por encuesta se distribuyen alrededor de la media es -0,48. El signo menos indica que la curva posee una cola alargada a la izquierda.
- Error típico de asimetría no aplicaría a este caso porque el coeficiente de asimetría no es 0,0
- Coeficiente de curtosis o forma del pico de la distribución de sumas de valoraciones por encuesta es -0,84. El signo negativo indica que la curva posee un pico aplastado.
- Error típico de curtosis no aplicaría a este caso porque el coeficiente de curtosis no es 0,0
- Mínimo o la menor de las sumas de valoraciones por encuesta es 40,0
- Máximo o la mayor de las sumas de valoraciones por encuesta es 60,0
- Media, mediana y moda son diferentes. Luego, no sigue una distribución normal.

6.1.6. ANÁLISIS DE INDICADORES SEGÚN CATEGORÍAS DE PERSONAL

Se analizaron los indicadores de las variables a través de las respuestas marcadas en las encuestas según los trabajadores, empleados y directivos por separado para apreciar sus ideas y pensar en las conclusiones y recomendaciones.

6.1.6.1. PUNTAJES DE INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

(1) Según los Trabajadores de Pesquera JADA S.A.

No se tomaron los trabajadores de la oficina principal porque no son de la unidad de estudio. Los indicadores y puntajes de RS según los empleados y directivos se presentan en las páginas sucesivas.

A continuación, se puede ver la Tabla 64 de indicadores de Responsabilidad Social según Trabajadores de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 64 – Indicadores de responsabilidad social según trabajadores de Pesquera JADA

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	

D1. ÉTICA EMPRESARIAL

P1: Ética del empresario	2	1	5	9	3	20
P2: Capacitación en ética	3	1	5	7	4	20
P3: Ética del personal	1	0	4	5	10	20

D2. AMBIENTE LABORAL

P4: Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	4	7	9	20
P5: Control de riesgos de seguridad SSO	0	1	3	5	11	20
P6: Capacitación de seguridad SSO	0	1	1	8	10	20

D3. MEDIO AMBIENTE

P7: Jefes competentes en medioambiente	0	3	2	6	9	20
P8: Control de riesgos ambientales	0	0	6	7	7	20
P9: Capacitación de ambiente	0	1	7	5	7	20

D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE

P10: Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	2	6	5	7	20
P11: Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	1	2	5	3	9	20
P12: Calidad de embalaje	1	2	1	5	11	20

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de responsabilidad social según Trabajadores de Pesquera Jada S.A., se puede decir lo siguiente:

- Ningún Trabajador marcó la respuesta Nunca en siete indicadores de responsabilidad social: Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO; Capacitación de seguridad SSO; Jefes competentes en medioambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.

- Ningún Trabajador marcó la respuesta Casi Nunca en tres indicadores de responsabilidad social: Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; y Control de riesgos ambientales.
- Uno de cada 10 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social Nunca sugiere Ética del empresario.
- Uno de cada 7 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social Nunca sugiere Capacitación en ética.
- Uno de cada 20 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social Nunca sugiere Ética del personal; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.
- Uno de cada 7 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Jefes competentes en medioambiente.
- Uno de cada 10 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Promoción de objetivos sociales para la comunidad; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.
- Uno de cada 20 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Ética del empresario; Capacitación en ética; Control de riesgos de seguridad SSO; Capacitación de seguridad SSO; y Capacitación de ambiente.
- Uno de cada 3 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Capacitación de ambiente; Control de riesgos ambientales; y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Uno de cada 4 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Ética del empresario; Capacitación en ética; y Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación.
- Uno de cada 5 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales.
- Uno de cada 7 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Control de riesgos de seguridad SSO.
- Uno de cada 10 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Jefes competentes en medioambiente.

- Uno de cada 20 Trabajadores cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Capacitación en seguridad SSO; y Calidad de embalaje.

A continuación, se puede ver la Tabla 65 de puntajes de responsabilidad social según los Trabajadores de Pesquera JADA S.A. en Chimbote 2023.

TABLA 65 - Puntajes de responsabilidad social según Trabajadores de Pesquera JADA

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		
D1. ÉTICA EMPRESARIAL							
P1: Ética del empresario	2	2	15	36	15	70	Nivel Medio
P2. Capacitación en ética	3	2	15	28	20	68	Nivel Medio
P3. Ética del personal	1	0	12	20	50	83	Nivel Alto
D2. AMBIENTE LABORAL							
P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	12	28	45	85	Nivel Alto
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	2	9	20	55	86	Nivel Alto
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	2	3	32	50	87	Nivel Alto
D3. MEDIO AMBIENTE							
P7. Jefes competentes en medioambiente	0	6	6	24	45	81	Nivel Alto
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	18	28	35	81	Nivel Alto
P9. Capacitación de ambiente	0	2	21	20	35	78	Nivel Alto
D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE							
P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	4	18	20	35	77	Nivel Alto
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	1	4	15	12	45	77	Nivel Alto
P12. Calidad de embalaje	1	4	3	20	55	83	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los puntajes de responsabilidad social según los Trabajadores de Pesquera JADA, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número de Trabajadores de Pesquera Jada S.A. en Chimbote 2023 encuestados fue 20, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje fue de 20 a 100. Se dedujo que el nivel Bajo fue de 20 a 46, el nivel Medio de 47 a 73, y el nivel Alto de 74 a 100.
- Ningún indicador de responsabilidad social marcado por los Trabajadores de Pesquera Jada S.A. en Chimbote 2023 tuvo un nivel Bajo de puntaje.
- Los indicadores de responsabilidad social según los Trabajadores de Pesquera Jada S.A. en Chimbote 2023 que obtuvieron un nivel Medio de puntaje fueron: Ética del empresario y Capacitación en ética.
- Diez indicadores de responsabilidad social según los Trabajadores de Pesquera Jada S.A. en Chimbote 2023 obtuvieron un nivel Alto de puntaje: Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO; Capacitación de seguridad SSO -Seguridad y Salud ocupacional; Jefes competentes en medioambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; Promoción de objetivos sociales para la comunidad; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.

(2) Según los Empleados de Pesquera JADA y su oficina principal

A continuación, se puede ver la Tabla 66 de indicadores de responsabilidad social según los Empleados de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 66 – Indicadores de responsabilidad social según empleados de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	
D1. ÉTICA EMPRESARIAL						
P1: Ética del empresario	0	0	4	9	24	37
P2. Capacitación en ética	0	0	5	12	20	37
P3. Ética del personal	0	0	4	9	24	37

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	

D2. AMBIENTE LABORAL

P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	3	12	22	37
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	0	4	11	22	37
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	1	5	7	24	37

D3. MEDIO AMBIENTE

P7. Jefes competentes en medioambiente	0	0	5	12	20	37
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	5	18	14	37
P9. Capacitación de ambiente	0	0	7	12	18	37

D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE

P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	0	7	16	14	37
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y la contaminación	0	0	3	15	19	37
P12. Calidad de embalaje	0	2	4	13	18	37

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de responsabilidad social según los Empleados de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023, se puede decir lo siguiente:

- Ningún Empleado marcó la respuesta Nunca en alguno de esos indicadores.
- Ningún Empleado marcó la respuesta Casi Nunca en los siguientes diez indicadores de responsabilidad social: Ética del empresario; Capacitación en ética; Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios para el personal y sus familias; Control de riesgos de seguridad SSO; Jefes competentes en medio ambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; Promoción de objetivos sociales para la comunidad; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación.
- Pero sí hay dos Empleados que marcaron la respuesta Casi Nunca en los indicadores Capacitación de seguridad SSO y/o en Calidad de embalaje.

- Uno de cada 18 empleados cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Calidad de embalaje.
- Uno de cada 37 Empleados cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Capacitación de seguridad SSO -Seguridad y Salud Ocupacional.
- Uno de cada cinco Empleados cree que la idea de responsabilidad social Casi Siempre sugiere Capacitación de ambiente y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Uno de cada siete Empleados cree que la idea de responsabilidad social Casi Siempre sugiere Capacitación en ética, Capacitación de seguridad SSO, Jefes competentes en medioambiente, y Control de riesgos ambientales.
- Uno de cada nueve Empleados cree que la idea de responsabilidad social Casi Siempre sugiere Ética del empresario, Ética del personal, Control de riesgos de seguridad SSO, y Calidad de embalaje.
- Uno de cada doce Empleados cree que la idea de responsabilidad social Casi Siempre sugiere Liderazgo positivo y beneficios sociales, y Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación.

A continuación, se puede ver la Tabla 67 de puntajes de responsabilidad social según los Empleados de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 67 - Puntajes de responsabilidad social según empleados de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		
D1. ÉTICA EMPRESARIAL							
P1: Ética del empresario	0	0	12	36	120	168	Nivel Alto
P2. Capacitación en ética	0	0	15	48	100	163	Nivel Alto
P3. Ética del personal	0	0	12	36	120	168	Nivel Alto

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		

D2. AMBIENTE LABORAL

P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	9	48	110	167	Nivel Alto
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	0	12	44	110	166	Nivel Alto
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	2	15	28	120	165	Nivel Alto

D3. MEDIO AMBIENTE

P7. Jefes competentes en medioambiente	0	0	15	48	100	163	Nivel Alto
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	15	72	70	157	Nivel Alto
P9. Capacitación de ambiente	0	0	21	48	90	159	Nivel Alto

D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE

P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	0	21	64	70	155	Nivel Alto
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	0	0	9	60	95	164	Nivel Alto
P12. Calidad de embalaje	0	4	12	52	90	158	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los puntajes de responsabilidad social según los Empleados de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número de Empleados encuestados fue 37, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje fue de 37 a 185. Se dedujo que el nivel Bajo fue de 37 a 85, el nivel Medio de 86 a 134, y el nivel Alto de 135 a 185.
- Ningún indicador de responsabilidad social marcado por los Empleados tuvo un nivel Bajo o un nivel Medio de puntaje.
- Todos los indicadores de responsabilidad social según los Empleados obtuvieron un nivel Alto de puntaje: Ética del empresario; Capacitación en ética; Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO;

Capacitación de seguridad SSO; Jefes competentes en medioambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; Promoción de objetivos sociales para la comunidad; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.

(3) Según los Directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

A continuación, se puede ver la Tabla 68 de indicadores de responsabilidad social según los Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 68 - Indicadores de responsabilidad social según directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	
D1. ÉTICA EMPRESARIAL						
P1: Ética del empresario	0	0	0	0	5	5
P2. Capacitación en ética	0	0	0	2	3	5
P3. Ética del personal	0	0	0	0	5	5
D2. AMBIENTE LABORAL						
P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	0	0	5	5
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	0	0	0	5	5
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	0	0	1	4	5
D3. MEDIO AMBIENTE						
P7. Jefes competentes en medioambiente	0	0	0	1	4	5
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	0	2	3	5
P9. Capacitación de ambiente	0	0	0	1	4	5
D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE						
P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	0	0	1	4	5
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	0	0	0	0	5	5
P12. Calidad de embalaje	0	0	0	0	5	5

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de responsabilidad social según los Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023, se puede decir lo siguiente:

- Ningún Directivo marcó la respuesta Nunca en alguno de esos indicadores.
- Ningún Directivo marcó la respuesta Casi Nunca en alguno de esos indicadores.
- Ningún Directivo marcó la respuesta A Veces en alguno de esos indicadores.
- Ningún Directivo marcó la respuesta Casi Siempre en los siguientes cinco indicadores de responsabilidad social: Ética del empresario; Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO -Seguridad y Salud Ocupacional; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.
- Pero sí hay Directivos que marcaron la respuesta Casi Siempre en los indicadores Capacitación en ética, Capacitación de seguridad SSO, Jefes competentes en medioambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Uno de cada cinco Directivos cree que la idea de responsabilidad social casi siempre sugiere Capacitación de seguridad SSO, Jefes competentes en medioambiente, Capacitación de ambiente, y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Dos de cada cinco Directivos creen que la idea de responsabilidad social casi siempre sugiere Capacitación en ética y Control de riesgos ambientales.
- Tres de cada cinco Directivos creen que la idea de responsabilidad social siempre sugiere Capacitación en ética y Control de riesgos ambientales.
- Cuatro de cada cinco Directivos creen que la idea de responsabilidad social siempre sugiere Capacitación de seguridad SSO, Jefes competentes en medioambiente, Capacitación de ambiente, y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Cinco de cinco Directivos creen que la idea de responsabilidad social siempre sugiere Ética del empresario; Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.

A continuación, se puede ver la Tabla 69 de puntajes de responsabilidad social según los Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 69 - Puntajes de responsabilidad social según directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		
D1. ÉTICA EMPRESARIAL							
P1: Ética del empresario	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P2. Capacitación en ética	0	0	0	8	15	23	Nivel Alto
P3. Ética del personal	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
D2. AMBIENTE LABORAL							
P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto
D3. MEDIO AMBIENTE							
P7. Jefes competentes en medioambiente	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	0	8	15	23	Nivel Alto
P9. Capacitación de ambiente	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto
D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE							
P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P12. Calidad de embalaje	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

Con respecto a los puntajes que los Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023 asignaron a la variable responsabilidad social, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número de Directivos encuestados fue 5, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje según Directivos fue de 5 a 25. Se

dedujo que el nivel Bajo fue de 5 a 11, el nivel Medio de 12 a 18, y el nivel Alto de 19 a 25.

- Ninguno de los indicadores de responsabilidad social según Directivos tuvo puntajes de nivel Medio o nivel Bajo.
- Todos los indicadores de responsabilidad social tuvieron puntaje de nivel Alto según Directivos: ética del empresario; capacitación en ética; ética del personal; liderazgo positivo y beneficios sociales; control de riesgos de seguridad SSO; capacitación de seguridad SSO -Seguridad y Salud Ocupacional; jefes competentes en medioambiente; control de riesgos ambientales; capacitación de ambiente; promoción de objetivos sociales para la comunidad; seguridad del producto; y calidad de embalaje.

(4) Según Trabajadores más Empleados más Directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

A continuación, se puede ver la Tabla 70 de indicadores de responsabilidad social según Trabajadores más Empleados más Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 70 - Indicadores de responsabilidad social según trabajadores más empleados más directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	
D1. ÉTICA EMPRESARIAL						
P1: Ética del empresario	2	1	9	18	32	62
P2. Capacitación en ética	3	1	10	21	27	62
P3. Ética del personal	1	0	8	14	39	62
D2. AMBIENTE LABORAL						
P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	7	19	36	62
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	1	7	16	38	62
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	2	6	16	38	62
D3. MEDIO AMBIENTE						
P7. Jefes competentes en medioambiente	0	3	7	19	33	62
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	11	27	24	62
P9. Capacitación de ambiente	0	1	14	18	29	62

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	

D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESP.

P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	2	13	22	25	62
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	1	2	8	18	33	62
P12. Calidad de embalaje	1	4	5	18	34	62

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de responsabilidad social según Trabajadores más Empleados más Directivos, se puede decir lo siguiente:

- Ningún Personal marcó la respuesta Nunca en siete indicadores de responsabilidad social: Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO; Capacitación de seguridad SSO -Seguridad y Salud Ocupacional; Jefes competentes en medioambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; y Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Ningún Personal marcó la respuesta Casi Nunca en tres indicadores de responsabilidad social: Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; y Control de riesgos ambientales.
- Uno de cada 31 Personal cree que la idea de responsabilidad social Nunca sugiere Ética del empresario.
- Uno de cada 21 Personal cree que la idea de responsabilidad social Nunca sugiere Capacitación en ética.
- Uno de cada 62 Personal cree que la idea de responsabilidad social Nunca sugiere Ética del personal; o Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; o Calidad de embalaje.

- Uno de cada 62 Personal cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Ética del empresario; o Capacitación en ética; o Control de riesgos de seguridad SSO; o Capacitación de ambiente.
- Uno de cada 31 Personal cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Capacitación de seguridad SSO -Seguridad y Salud Ocupacional; o Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Uno de cada 21 Personal cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Jefes competentes en medioambiente.
- Uno de cada 15 Personal cree que la idea de responsabilidad social Casi Nunca sugiere Calidad de embalaje.
- Uno de cada 7 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Ética del empresario.
- Uno de cada 6 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Capacitación en ética.
- Uno de cada 8 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere ética del personal; o Seguridad del producto contra la combustión y/o contaminación.
- Uno de cada 9 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO - Seguridad y Salud Ocupacional; Jefes competentes en medioambiente.
- Uno de cada 6 Personal sugiere que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Control de riesgos ambientales.
- Uno de cada 4 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Capacitación de ambiente.
- Uno de cada 5 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Promoción de objetivos sociales para la comunidad.
- Uno de cada 12 Personal cree que la idea de responsabilidad social A Veces sugiere Calidad de embalaje.

A continuación, se puede ver la Tabla 71 de puntajes de responsabilidad social según Trabajadores más Empleados más Directivos de fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 71 - Puntajes de responsabilidad social según trabajadores más empleados más directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		
D1. ÉTICA EMPRESARIAL							
P1: Ética del empresario	2	2	27	72	160	263	Nivel Alto
P2. Capacitación en ética	3	2	30	84	135	254	Nivel Alto
P3. Ética del personal	1	0	24	56	195	276	Nivel Alto
D2. AMBIENTE LABORAL							
P4. Liderazgo positivo y beneficios sociales	0	0	21	76	180	277	Nivel Alto
P5. Control de riesgos de seguridad SSO	0	2	21	64	190	277	Nivel Alto
P6. Capacitación de seguridad SSO	0	4	18	64	190	276	Nivel Alto
D3. MEDIO AMBIENTE							
P7. Jefes competentes en medioambiente	0	6	21	76	165	268	Nivel Alto
P8. Control de riesgos ambientales	0	0	33	108	120	261	Nivel Alto
P9. Capacitación de ambiente	0	2	42	72	145	261	Nivel Alto
D4. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y MARKETING RESPONSABLE							
P10. Promoción de objetivos sociales para la comunidad	0	4	39	88	125	256	Nivel Alto
P11. Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación	1	4	24	72	165	266	Nivel Alto
P12. Calidad de embalaje	1	8	15	72	170	266	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

Con respecto a los puntajes que Trabajadores, Empleados y Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023 asignaron a la variable responsabilidad social, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número de Trabajadores, Empleados y Directivos encuestados fue 62, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje según Trabajadores, Empleados y Directivos fue de 62 a 310. Se dedujo que el nivel Bajo fue de 62 a 144, el nivel Medio de 145 a 227, y el nivel Alto de 228 a 310.

- Ninguno de los indicadores de responsabilidad social según Trabajadores, Empleados y Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal tuvo puntajes de nivel Medio o nivel Bajo.
- Todos los indicadores de Responsabilidad Social tuvieron puntajes de nivel alto según Trabajadores, Empleados y Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal Chimbote-Perú 2023: Ética del empresario; Capacitación en ética; Ética del personal; Liderazgo positivo y beneficios sociales; Control de riesgos de seguridad SSO; Capacitación de seguridad SSO -Seguridad y Salud Ocupacional; Jefes competentes en medioambiente; Control de riesgos ambientales; Capacitación de ambiente; Promoción de objetivos sociales para la comunidad; Seguridad del producto contra la autocombustión y contaminación; y Calidad de embalaje.

6.1.6.2.PUNTAJES DE INDICADORES DE ÉXITO EMPRESARIAL

(1) Según los Empleados de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal

A continuación, se puede ver la Tabla 72 de indicadores de éxito empresarial según Empleados de fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 72 - Indicadores de éxito empresarial según empleados de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					
	1	2	3	4	5	
D5. MACROENTORNO						
P13: Ambiente económico en el país	0	0	4	14	19	37
P14: Ambiente político legal en el país	1	1	2	12	21	37
P15: Ambiente tecnológico en el país	1	0	5	12	19	37
D6. REDES DE SOPORTE SOCIAL						
P16: Apoyo financiero en el país	0	1	9	10	17	37
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	0	0	2	20	15	37
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	1	2	9	8	17	37

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					
	1	2	3	4	5	

D7. FACTORES PERSONALES

P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	0	1	3	13	20	37
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	0	0	0	12	25	37
P21: Experiencia Gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	0	0	4	14	19	37

D8. FACTORES INSTITUCIONALES

P22: Diseño organizativo. Calidad en la gestión interna de la empresa	0	0	3	17	17	37
P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre trabajadores además de mecanismos formales	0	1	3	17	16	37
P24: Procesos y resultados	0	0	0	16	21	37

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de éxito empresarial según Empleados de fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023, se puede decir lo siguiente:

- Nueve indicadores de éxito empresarial no tienen marcada la respuesta Nunca: Ambiente económico en el país; Apoyo financiero en el país; Ambiente tecnológico en el país; Soporte profesional en el país con redes de impulso; Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente; Diseño organizativo/Calidad en la gestión interna de la empresa; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.
- Diez indicadores de éxito empresarial no tienen marcada la respuesta Casi Nunca: Ambiente económico en el país; Soporte profesional en el país con redes de impulso; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario

gana experiencia gerencial continuamente; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.

- Dos indicadores de éxito empresarial no tienen marcada la respuesta A Veces: Formación/Empresario se informa continuamente; y Procesos y resultados.
- Tres indicadores de éxito empresarial sí tienen marcada la respuesta Nunca: Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; y Red de apoyo moral/de la familia del empresario.
- Cinco indicadores de éxito empresarial sí tienen marcada la respuesta Casi Nunca: Ambiente político legal en el país; Apoyo financiero en el país; Red de apoyo moral/de la familia del empresario; Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; y Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores.
- Uno de cada 37 empleados cree que la idea de éxito empresarial Nunca sugiere Ambiente político legal en el país, Ambiente tecnológico en el país, Red de apoyo moral/de la familia del empresario.
- Uno de cada 37 empleados cree que la idea de éxito empresarial Casi Nunca sugiere Político legal en el país, Apoyo financiero en el país, Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad por sus acciones, Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores.
- Uno de cada 19 empleados cree que la idea de éxito empresarial Casi Nunca sugiere Red de apoyo moral/de la familia del empresario.
- Uno de cada 9 empleados cree que la idea de éxito empresarial A Veces sugiere Ambiente económico en el país; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente.
- Uno de cada 19 empleados cree que la idea de éxito empresarial A Veces sugiere Ambiente político legal en el país, Soporte profesional en el país con redes de impulso.
- Uno de cada 12 empleados cree que la idea de éxito empresarial A Veces sugiere Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones, Diseño organizativo/Calidad en la gestión interna de la empresa, Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores.

- Uno de cada 7 empleados cree que la idea de éxito empresarial A Veces sugiere Ambiente tecnológico en el país.
- Uno de cada 4 empleados cree que la idea de éxito empresarial A Veces sugiere Apoyo financiero en el país, Red de apoyo moral/de la familia del empresario.

A continuación, se puede ver la Tabla 73 de puntajes de éxito empresarial según los empleados de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 73 - Puntajes de éxito empresarial según empleados de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		
D5. MACROENTORNO							
P13: Ambiente económico en el país	0	0	12	56	95	163	Nivel Alto
P14: Ambiente político legal en el país	1	2	6	48	105	162	Nivel Alto
P15: Ambiente tecnológico en el país	1	0	15	48	95	159	Nivel Alto
D6. REDES DE SOPORTE SOCIAL							
P16: Apoyo financiero en el país	0	2	27	40	85	154	Nivel Alto
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	0	0	6	80	75	161	Nivel Alto
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	1	4	27	32	85	149	Nivel Alto
D7. FACTORES PERSONALES							
P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	0	2	9	52	100	163	Nivel Alto
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	0	0	0	48	125	173	Nivel Alto
P21: Experiencia Gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	0	0	12	56	95	163	Nivel Alto

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		

D8. FACTORES INSTITUCIONALES

P22: Diseño organizativo. Calidad en la gestión interna de la empresa	0	0	9	68	85	162	Nivel Alto
P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre trabajadores además de mecanismos formales.	0	2	9	68	80	159	Nivel Alto
P24: Procesos y resultados	0	0	0	64	105	169	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

Con respecto a los puntajes que los Empleados de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023 asignaron a la variable Éxito Empresarial, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número de Empleados encuestados fue 37, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje según Empleados fue de 37 a 185. Se dedujo que el nivel Bajo fue de 37 a 85, el nivel Medio de 86 a 134, y el nivel Alto de 135 a 185.
- Ninguno de los indicadores de éxito empresarial según Empleados tuvo puntajes de nivel Medio o nivel Bajo.
- Todos los indicadores de éxito empresarial tuvieron puntaje de nivel Alto según Empleados: Ambiente económico en el país; Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; Apoyo financiero en el país; Soporte profesional en el país con redes de impulso; Red de apoyo moral/de la familia del empresario; Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente; Diseño organizativo/Calidad en la gestión interna de la empresa; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.

(2) Según los Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal

A continuación, se puede ver la Tabla 74 de indicadores de éxito empresarial según Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 74 - Indicadores de éxito empresarial según directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	
D5. MACROENTORNO						
P13: Ambiente económico en el país	0	0	0	0	5	5
P14: Ambiente político legal en el país	0	0	0	2	3	5
P15: Ambiente tecnológico en el país	0	0	0	2	3	5
D6. REDES DE SOPORTE SOCIAL						
P16: Apoyo financiero en el país	0	0	0	0	5	5
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	0	0	0	2	3	5
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	0	0	0	1	4	5
D7. FACTORES PERSONALES						
P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	0	0	0	0	5	5
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	0	0	0	0	5	5
P21: Experiencia gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	0	0	0	0	5	5
D8. FACTORES INSTITUCIONALES						
P22: Diseño organizativo. Calidad en la gestión interna de la empresa	0	0	0	0	5	5
P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre trabajadores además de mecanismos formales.	0	0	0	1	4	5
P24: Procesos y resultados	0	0	0	1	4	5

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de éxito empresarial según Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023, se puede decir lo siguiente:

- Ningún Directivo marcó la respuesta Nunca en alguno de esos indicadores.
- Ningún Directivo marcó la respuesta Casi Nunca en alguno de esos indicadores.
- Ningún Directivo marcó la respuesta A Veces en alguno de esos indicadores.
- Ningún Directivo marcó la respuesta Casi Siempre en los siguientes seis indicadores de éxito empresarial: Ambiente económico en el país; Apoyo financiero en el país; Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente; y Diseño organizacional/Calidad en la gestión interna de la empresa.
- Pero sí hay Directivos que marcaron la respuesta Casi Siempre en otros seis indicadores: Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; Soporte profesional en el país/con redes de impulso a las exportaciones; Red de apoyo moral/de la familia del empresario; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.
- Uno de cada 5 Directivos cree que la idea de éxito empresarial sugiere Red de apoyo moral/de la familia del empresario, Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.
- Dos de cada 5 Directivos creen que la idea de éxito empresarial sugiere Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; Soporte profesional en el país/con redes de impulso a las exportaciones.
- Todos los Directivos coinciden que la idea de éxito empresarial sugiere Ambiente económico en el país; Apoyo financiero en el país; Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente; Diseño organizacional/Calidad en la gestión interna de la empresa.

- Tres de 5 Directivos creen que la idea de éxito empresarial sugiere Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; Soporte profesional en el país/con redes de impulso a las exportaciones.
- Cuatro de 5 Directivos creen que la idea de éxito empresarial sugiere Red de apoyo moral/de la familia del empresario; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.

A continuación, se puede ver la Tabla 75 de puntajes de Éxito Empresarial según Directivos de fábrica Pesquera JADA S.A y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023.

TABLA 75 - Puntajes de éxito empresarial según directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		
D5. MACROENTORNO							
P13: Ambiente económico en el país	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P14: Ambiente político legal en el país	0	0	0	8	15	23	Nivel Alto
P15: Ambiente tecnológico en el país	0	0	0	8	15	23	Nivel Alto
D6. REDES DE SOPORTE SOCIAL							
P16: Apoyo financiero en el país	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	0	0	0	8	15	23	Nivel Alto
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto
D7. FACTORES PERSONALES							
P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto

P21: Experiencia gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
--	---	---	---	---	----	----	------------

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		

D8. FACTORES INSTITUCIONALES

P22: Diseño organizativo. Calidad en la gestión interna de la empresa	0	0	0	0	25	25	Nivel Alto
P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre trabajadores además de mecanismos formales	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto
P24: Procesos y resultados	0	0	0	4	20	24	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

Con respecto a los puntajes que los Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023 asignaron a la variable éxito empresarial, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número de Directivos encuestados fue 5, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje de Éxito Empresarial según Directivos fue de 5 a 25. Se dedujo que el nivel Bajo fue de 5 a 11, el nivel Medio de 12 a 18, y el nivel Alto de 19 a 25.
- Ninguno de los indicadores de éxito empresarial según Directivos tuvo puntajes de nivel Medio o nivel Bajo.
- Todos los indicadores de éxito empresarial tuvieron puntaje de nivel Alto según Directivos: Ambiente económico en el país; Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; Apoyo financiero en el país; Soporte profesional en el país con redes de impulso; Red de apoyo moral/de la familia del empresario; Actitudes/Decisión

propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial; Diseño organizativo/Calidad en la gestión interna de la empresa; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.

(3) Según Empleados más Directivos

A continuación, se puede ver la Tabla 76 de indicadores de éxito empresarial según Empleados más Directivos de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 76 - Indicadores de éxito empresarial según empleados más directivos de pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	MARCAS POR VALORACIÓN E INDICADOR					
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					TOTAL, MARCAS POR INDICADOR
	1	2	3	4	5	
D5. MACROENTORNO						
P13: Ambiente económico en el país	0	0	4	14	24	42
P14: Ambiente político legal en el país	1	1	2	14	24	42
P15: Ambiente tecnológico en el país	1	0	5	14	22	42
D6. REDES DE SOPORTE SOCIAL						
P16: Apoyo financiero en el país	0	1	9	10	22	42
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	0	0	2	22	18	42
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	1	2	9	9	21	42
D7. FACTORES PERSONALES						
P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	0	1	3	13	25	42
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	0	0	0	12	30	42
P21: Experiencia gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	0	0	4	14	24	42
D8. FACTORES INSTITUCIONALES						
P22: Diseño organizativo. Calidad en la gestión interna de la empresa	0	0	3	17	22	42

P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre trabajadores además de mecanismos formales	0	1	3	18	20	42
P24: Procesos y resultados	0	0	0	17	25	42

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

En cuanto a los doce indicadores de éxito empresarial según Empleados más Directivos de Pesquera JADA S.A. en Chimbote-Perú 2023, se puede decir lo siguiente:

- Los indicadores de éxito empresarial según Empleados más Directivos con la respuesta Nunca son: Ambiente político legal en el país, Ambiente tecnológico en el país, y Red de apoyo moral/de la familia del empresario.
- Los indicadores de éxito empresarial según Empleados más Directivos con la respuesta Casi Nunca son: Ambiente político legal en el país, Apoyo financiero en el país, Red de apoyo moral/de la familia del empresario, Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones, Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores.
- Los indicadores de éxito empresarial según personal que no están marcados con la respuesta A Veces son: Formación/Empresario se informa continuamente; y Procesos y resultados.

A continuación, se puede ver la Tabla 77 de puntajes de éxito empresarial según empleados más directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023.

TABLA 77 - Puntajes de éxito empresarial según empleados más directivos de Pesquera JADA y su oficina principal

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		

D5. MACROENTORNO

P13: Ambiente económico en el país	0	0	12	56	120	188	Nivel Alto
P14: Ambiente político legal en el país	1	2	6	56	120	185	Nivel Alto
P15: Ambiente tecnológico en el país	1	0	15	56	110	182	Nivel Alto

D6. REDES DE SOPORTE SOCIAL

P16: Apoyo financiero en el país	0	2	27	40	110	179	Nivel Alto
P17: Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones	0	0	6	88	90	184	Nivel Alto
P18: Red de apoyo moral de la familia del empresario	1	4	27	36	105	173	Nivel Alto

Sigue ...

... Continua

DIMENSIÓN/ PREGUNTA: INDICADOR	PUNTAJES DE RESPUESTAS POR INDICADOR						
	VALORACIÓN LIKERT DE RESPUESTA					PUNTAJE DEL INDICADOR	NIVEL DEL PUNTAJE
	1	2	3	4	5		

D7. FACTORES PERSONALES

P19: Actitudes. Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones	0	2	9	52	125	188	Nivel Alto
P20: Formación. Empresario se informa continuamente	0	0	0	48	150	198	Nivel Alto
P21: Experiencia gerencial. Empresario gana experiencia gerencial continuamente	0	0	12	56	120	188	Nivel Alto

D8. FACTORES INSTITUCIONALES

P22: Diseño organizativo. Calidad en la gestión interna de la empresa	0	0	9	68	110	187	Nivel Alto
P23: Coordinación. Coordinación con adaptación mutua entre trabajadores además de mecanismos formales	0	2	9	72	100	183	Nivel Alto
P24: Procesos y resultados	0	0	0	68	125	193	Nivel Alto

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Conteos calculados con Excel.

Con respecto a los puntajes que Empleados más Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal asignaron a la variable éxito empresarial, se puede decir lo siguiente:

- Dado que el número del personal encuestado fue 42, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje según Empleados más Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal fue de 42 a 210. Se dedujo que el nivel Bajo fue de 42 a 97, el nivel Medio de 98 a 153, y el nivel Alto de 154 a 210.

- Ninguno de los indicadores de éxito empresarial según Empleados más Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal tuvo puntajes de nivel Medio o nivel Bajo.
- Todos los indicadores de Éxito Empresarial tuvieron puntajes de nivel Alto según Empleados más Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal Chimbote-Perú 2023: Ambiente económico en el país; Ambiente político legal en el país; Ambiente tecnológico en el país; Apoyo financiero en el país; Soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones; Red de apoyo moral/de la familia del empresario; Actitudes/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones; Formación/Empresario se informa continuamente; Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente; Diseño organizativo/Calidad en la gestión interna de la empresa; Coordinación/con adaptación mutua entre trabajadores; Procesos y resultados.

6.2. ANÁLISIS INFERENCIAL

6.2.1. PRUEBA DE NORMALIDAD

En cuanto a la prueba de normalidad de ambos conjuntos de datos, son 62 encuestados de responsabilidad social y 42 encuestados de éxito empresarial, pero el tesista ideó un artificio matemático a fin de uniformizar todo a 62 filas y de que SPSS no genere casos perdidos.

Los 62 encuestados de responsabilidad social son 5 directivos + 37 empleados + 20 trabajadores.

Los 42 encuestados de éxito empresarial son 5 directivos + 37 empleados + 20 registros ficticios de trabajadores con respuestas marcadas con 0,0 =” Sin usar”.

Se realizó la prueba de normalidad porque se observó que los datos no siguen una distribución normal dado que media, mediana y moda son diferentes.

Entonces, planteándose la hipótesis nula y la hipótesis verdadera, se tiene:

H₀: Los datos siguen una distribución normal

H₁: Los datos no siguen una distribución normal

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de estadísticos descriptivos seleccionando las variables de responsabilidad social y de éxito empresarial y, habilitando gráficos de normalidad. Así, se obtuvieron las tablas de Resumen del procesamiento de datos, de Descriptivos y, de Pruebas de normalidad. Las cuales se presentan a continuación.

TABLA 78. Resumen del procesamiento de datos en prueba de normalidad

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Variable 1: Responsabilidad Social	62	100,0%	0	0,0%	62	100,0%
Variable 2: Éxito Empresarial	62	100,0%	0	0,0%	62	100,0%

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

La cantidad de casos perdidos (N) salió cero porque, no habiendo considerado a los trabajadores en el cuestionario de éxito empresarial, se registraron 20 filas ficticias con valoraciones 0,0 en la vista de datos de SPSS para completar los 62 casos. De manera que, en el cuestionario de éxito empresarial se computaron 42 encuestados directivos y empleados, más 20 encuestados trabajadores con valoraciones 0,0=" Sin usar".

TABLA 79. Descriptivos en prueba de normalidad

		Estadístico	Error típ.	
Variable 1: Responsabilidad Social	Media	51,6290	,78195	
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite		50,0654
		Límite		53,1926
	Media recortada al 5%	51,9158		
	Mediana	53,0000		
	Varianza	37,909		
	Desv. típ.	6,15705		
	Mínimo	36,00		
	Máximo	60,00		

	Rango	24,00	
	Amplitud intercuartil	9,25	
	Asimetría	-,482	,304
	Curtosis	-,541	,599

Sigue ...

... Continua

			Estadístico	Error típ.	
Variable 2: Éxito Empresarial	Media		35,9355	3,22593	
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite	29,4848		
		Límite	42,3861		
	Media recortada al 5%		36,5950		
	Mediana		49,0000		
	Varianza		645,209		
	Desviación típica		25,40096		
	Mínimo		,00		
	Máximo		60,00		
	Rango		60,00		
	Amplitud intercuartil		57,00		
	Asimetría		-,680		,304
	Curtosis		-1,459		,599

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

TABLA 80. Kolmogórov-Smirnov en prueba de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1: Responsabilidad Social	,127	62	,014	,949	62	,012
Variable 2: Éxito Empresarial	,285	62	,000	,717	62	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

Según la prueba de normalidad para 62 sujetos, siendo 62 mayor que 50, entonces, se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov; y por la significancia bilateral de 0,014 de la variable Responsabilidad Social y de 0,000... de la variable Éxito Empresarial, que son menores que el valor α (0,05); esto sugirió que se rechace la hipótesis nula H_0 y que se acepte la hipótesis ‘Los datos no siguen una distribución normal’. Por consiguiente, la prueba de Rho de Spearman se utiliza para contrastar la hipótesis general y las hipótesis específicas.

Se terminó eligiendo prueba de normalidad para 62 sujetos con la prueba de Kolmogórov-Smirnov, sin casos perdidos.

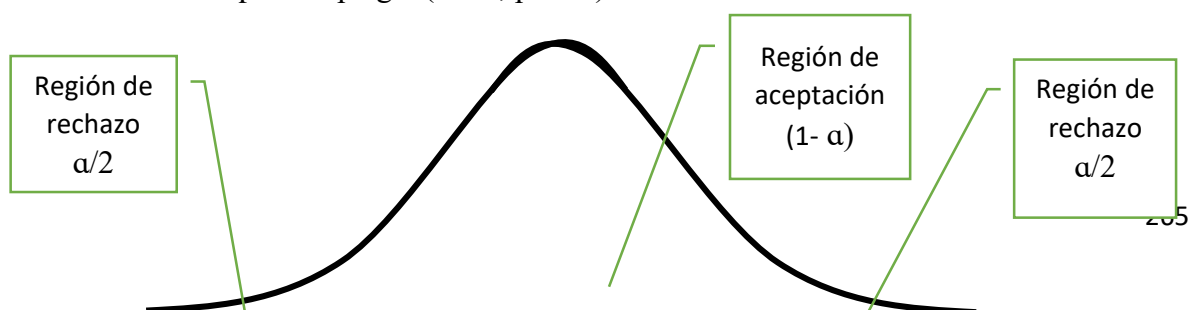
Recuerde que, por artificio matemático, se han agregado 20 filas de trabajadores con valoraciones 0,0 debajo del bloque de datos obtenidos con 42 personas en la encuesta de éxito empresarial; completando 62 filas de datos de éxito empresarial para “balancear” las 62 filas de datos de responsabilidad social. Por eso, la Tabla 66 presenta $gl = 62$ para cada variable.

Por otro lado, una prueba t de Students para datos relacionados entre las encuestas de la fábrica y las de la oficina principal, no se pudo hacer, porque los datos no siguen una distribución normal.

6.2.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

En cuanto a la contrastación de hipótesis, se tiene que decidir, con base en información muestral del personal de la naturaleza de estudio, si es cierta o no es cierta la suposición (o hipótesis estadística) “existe una relación significativa entre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA y su Oficina Principal en Chimbote 2023”. Pero ¿con qué nivel de significancia se decide esto? ¿con qué valor p? ¿con qué condición se rechaza la hipótesis nula?

“El nivel de significancia de la prueba de hipótesis es la probabilidad máxima con la que se está dispuesto a cometer un error de tipo I. Esta probabilidad se denota α y se elige antes de tomar cualquier muestra (...) si se rechaza una hipótesis que debería aceptarse se dice que se comete un error tipo I”. Spiegel (2009; p. 246).



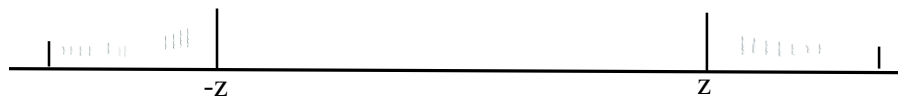


FIGURA 41. Curva estándar mostrando la región de rechazo y la región de aceptación
Fuente: Spiegel (2009; p.247).

TABLA 81. Niveles de significancia para las pruebas de hipótesis

Nivel de significancia α	0.10	0.05	0.01	0.005	0.002
Valores críticos de z para pruebas de dos colas	-1.645 y 1.645	-1.96 y 1.96	-2.58 y 2.58	-2.81 y 2.81	-3.08 y 3.08

Fuente: Spiegel (2009; p.247).

Spiegel (2009) sostiene que:

El 0.05, que es el total de área sombreada, es el nivel de significancia de la prueba. Esta cantidad representa la probabilidad de estar equivocado al rechazar la hipótesis (es decir, la probabilidad de cometer un error de tipo I). Por lo tanto, se dice que la hipótesis se rechaza al nivel de significancia 0.05 o que la puntuación del estadístico muestral z es significativa al nivel 0.05.

Para la prueba de hipótesis, se eligió un $\alpha = 0,05$ que indica que existen 5 posibilidades en 100 de que se rechace una hipótesis que debía ser aceptada. Vale decir, una confianza de 95 posibilidades en 100 de que se ha tomado la decisión correcta.

“El valor p en pruebas de hipótesis, es la probabilidad de obtener un estadístico muestral tan extremo o más extremo que el obtenido, suponiendo que la hipótesis nula sea verdadera”. Spiegel (2009; p. 248). El lector también puede interpretar esta probabilidad como un valor de área, preguntándose si el valor p fuera menor que el área bajo las colas, se rechazaría la hipótesis nula.

En esta tesis, este valor p se calcula con SPSS teniendo la vista de datos activada y ejecutando el análisis de correlaciones bivariadas habilitando la prueba de Spearman. Este valor p se puede encontrar en la tabla de correlaciones que presenta el mismo SPSS, está bajo la

notación 'Sig. (bilateral)' y se lee significancia bilateral. Es decir, el valor p es la significancia (bilateral) que escribe el propio SPSS.

Luego, tomando este valor p calculado y el de α elegido previamente, se comparan; y si se cumple que valor p < valor α , entonces, se concluirá que se rechaza la hipótesis nula. Y que se acepta la hipótesis de investigación.

Finalmente, la Tabla 82 se utiliza en la prueba de contrastación de hipótesis.

TABLA 82. Escala de valores del coeficiente de correlación

VALOR	SIGNIFICADO
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,1 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández (2003, p.532). Baremos de interpretación.

6.2.2.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H₁: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

En SPSS, se ejecutó la generación de gráficos/diagrama de dispersión de responsabilidad social y éxito empresarial. A continuación, se presenta el diagrama de dispersión mencionado.

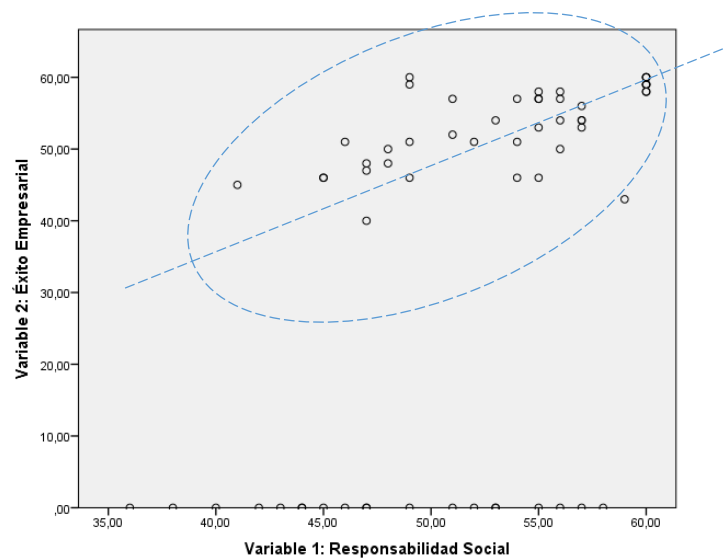


FIGURA 42. Diagrama de dispersión de Responsabilidad social con Éxito empresarial

De acuerdo con Fallas (2012), se puede decir que el diagrama de dispersión brinda una idea gráfica de la distribución bivariable, por ejemplo, entre responsabilidad social y éxito empresarial; donde cada par de valores se grafica en un sistema de ejes cartesianos. Y brinda la manera de ver la presencia o ausencia de correlación lineal entre las variables en estudio. En este caso, entre observaciones a nivel de medición ordinal, debido al grado de aceptación de las ideas de responsabilidad social y éxito empresarial que en una encuesta respondió el personal de Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote 2023.

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre responsabilidad social y éxito empresarial. La región elíptica engloba a los puntos que conforman la distribución bivariable y su eje elíptico sugiere la tendencia creciente de la posible correlación lineal.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en ambas variables: Responsabilidad Social y Éxito Empresarial y, habilitando la prueba Rho de Spearman solamente porque los datos no siguen una distribución normal y la muestra es mayor que 50. Así, se obtuvo la tabla de correlaciones no paramétricas. La que se presenta a continuación.

TABLA 83. Correlaciones de Responsabilidad social y Éxito empresarial

Rho de Spearman		Variable 1: Responsabilidad Social	Variable 2: Éxito Empresarial
Variable 1: Responsabilidad Social	Coeficiente de correlación	1,000	,607**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Variable 2: Éxito Empresarial	Coeficiente de correlación	,607**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS. SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,607 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000. No se lee cero, se lee como parte decimal con varios ceros delante de la cifra significativa. Por ejemplo, pudo ser 3 E-10. Se interpreta como un número decimal muy pequeño casi cero.

Decisión: Se cumple que Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o, escrito de otra manera,

$$\text{Sig. Bilateral (0,000...)} < \text{Nivel de significancia } \alpha \text{ elegido (0,05)}$$

Conclusión: Por lo tanto, las variables Responsabilidad Social y Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia elegido de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente de correlación 0,607 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

De la misma manera, se procedió a realizar las contrastaciones de las hipótesis específicas.

6.2.2.2. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

(1) Contrastación de la primera hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la dimensión ‘ética empresarial’ de responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la dimensión ‘ética empresarial’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de ética empresarial y éxito empresarial.

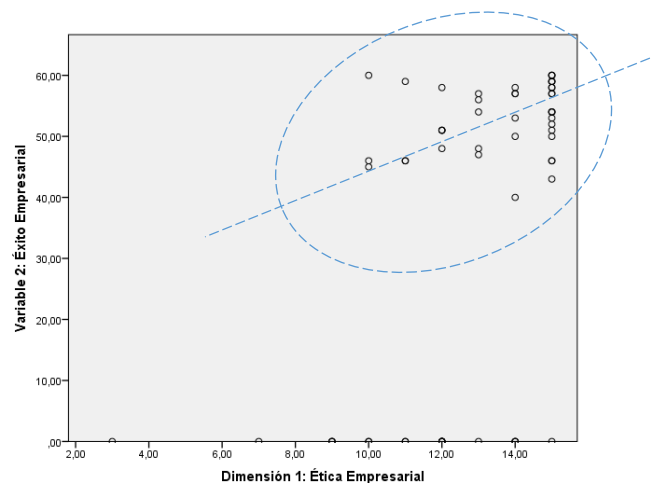


FIGURA 43. Diagrama de dispersión de Ética empresarial con Éxito empresarial

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la dimensión Ética Empresarial de Responsabilidad Social y la variable Éxito empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en Ética empresarial y Éxito empresarial y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 84. Correlaciones de Ética Empresarial y Éxito Empresarial

Rho de Spearman		Dimensión 1: Ética Empresarial	Variable 2: Éxito Empresarial
Dimensión 1: Ética Empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,533**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Variable 2: Éxito Empresarial	Coefficiente de correlación	,533**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,533 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000... No se lee cero, se lee como parte decimal con varios ceros delante de la cifra significativa. Por ejemplo, pudo ser 3 E-10. Se interpreta como un número decimal muy pequeño casi cero.

Decisión: Se cumple que Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o,
escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La dimensión Ética Empresarial de Responsabilidad Social y la variable Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de

significancia elegido de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente de correlación 0,533 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la dimensión 'ética empresarial' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(2) Contrastación de la segunda hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la dimensión 'ambiente laboral' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la dimensión 'ambiente laboral' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de ambiente laboral y éxito empresarial.

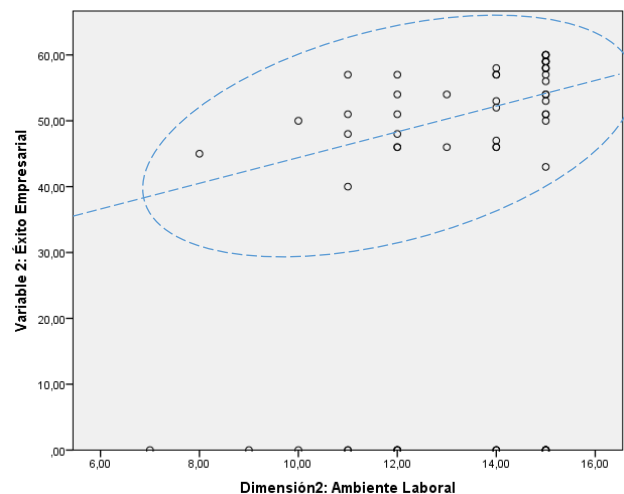


FIGURA 44. Diagrama de dispersión de Ambiente laboral con Éxito empresarial

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la dimensión Ambiente Laboral de Responsabilidad Social y la variable Éxito Empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en Ambiente laboral y Éxito empresarial y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 85. Correlaciones de Ambiente laboral y Éxito empresarial

Rho de Spearman		Dimensión2: Ambiente Laboral	Variable 2: Éxito Empresarial
Dimensión 2: Ambiente Laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,359**
	Sig. (bilateral)	.	,004
	N	62	62
Variable 2: Éxito Empresarial	Coeficiente de correlación	,359**	1,000
	Sig. (bilateral)	,004	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,359 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,004.

Decisión: Se cumple que Valor p (0,004) < Valor alfa crítico (0,05) o,
escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,004) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La dimensión Ambiente laboral de Responsabilidad Social y la variable Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia elegido de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,359 nos indica una correlación positiva baja y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la dimensión ‘ambiente laboral’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(3) Contrastación de la tercera hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la dimensión ‘medioambiente’ de responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la dimensión ‘medioambiente’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de Medioambiente y Éxito empresarial.

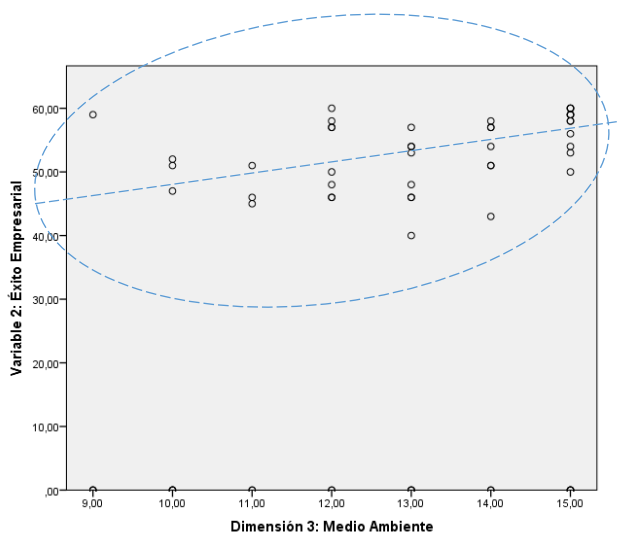


FIGURA 45. Diagrama de dispersión de Medioambiente con Éxito empresarial

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la dimensión Medioambiente de Responsabilidad Social y la variable Éxito Empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en Medioambiente y Éxito empresarial y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 86. Correlaciones de Medioambiente y Éxito empresarial

Rho de Spearman		Dimensión 3: Medio Ambiente	Variable 2: Éxito Empresarial
Dimensión 3: Medio Ambiente	Coeficiente de correlación	1,000	,377**
	Sig. (bilateral)	.	,003
	N	62	62
Variable 2: Éxito Empresarial	Coeficiente de correlación	,377**	1,000
	Sig. (bilateral)	,003	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,377 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,003.

Decisión: Se cumple que Valor p (0,003) < Valor alfa crítico (0,05) o,
escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,003) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La dimensión Medioambiente de Responsabilidad Social y la variable Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia elegido de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,377 nos indica una correlación positiva baja y según la significancia bilateral 0,003 que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la dimensión ‘medioambiente’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(4) Contrastación de la cuarta hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ y éxito empresarial

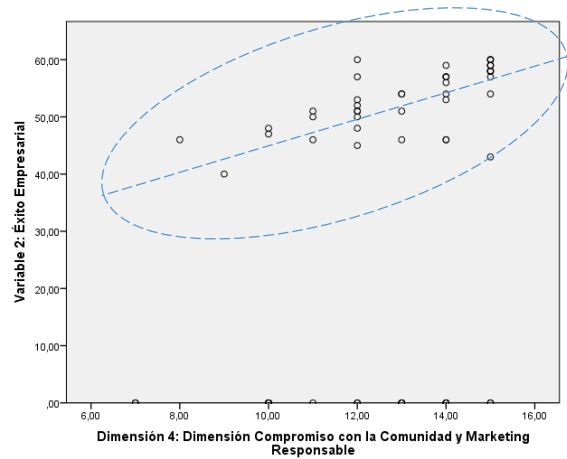


FIGURA 46. Diagrama de dispersión de ‘Compromiso con la comunidad y marketing responsable’ con Éxito empresarial

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la dimensión ‘Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable’ de Responsabilidad Social y la variable Éxito empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en ‘Compromiso con la comunidad y marketing responsable’ y Éxito empresarial y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 87. Correlaciones de ‘Compromiso con la comunidad y Marketing responsable’ y Éxito empresarial

Rho de Spearman		Dimensión 4: Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable	Variable 2: Éxito Empresarial
Dimensión 4: Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable	Coeficiente de correlación	1,000	,514**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Variable 2: Éxito Empresarial	Coeficiente de correlación	,514**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS. SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,514 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000...

Decisión: Se cumple que Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o,
Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La dimensión 'Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable' y la variable Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Cabe ajustar el nivel de significancia elegido de 0,05 a 0,01, entonces, se concluye que la correlación es significativa al nivel 0,01. Como sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,514 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la dimensión 'Compromiso con la comunidad y marketing responsable' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(5) Contrastación de la quinta hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la responsabilidad social y la dimensión 'macroentorno' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'macroentorno' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de responsabilidad social y macroentorno.

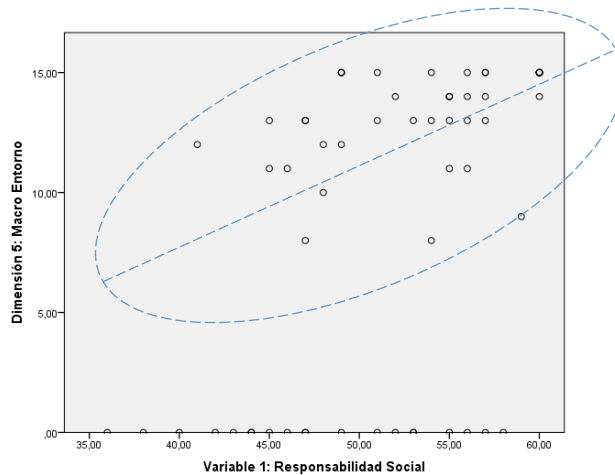


FIGURA 47. Diagrama de dispersión de Responsabilidad social con Macroentorno

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Macroentorno de Éxito Empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en Responsabilidad social y Macroentorno y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 88. Correlaciones de Responsabilidad social y Macroentorno

Rho de Spearman		Variable 1: Responsabilidad Social	Dimensión 5: Macroentorno
Variable 1: Responsabilidad Social	Coefficiente de correlación	1,000	,550**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Dimensión 5: Macroentorno	Coefficiente de correlación	,550**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,550 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000...

Decisión: Se cumple que Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o,
escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La variable Responsabilidad Social y la dimensión Macroentorno de Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia elegido de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,550 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la variable 'responsabilidad social' con la dimensión 'macroentorno' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(6) Contrastación de la sexta hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la responsabilidad social y la dimensión 'redes de soporte social' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'redes de soporte social' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de responsabilidad social y redes de soporte social

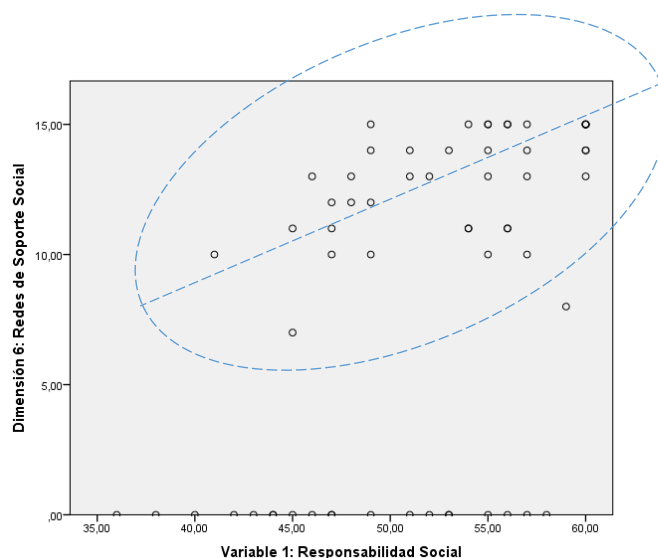


FIGURA 48. Diagrama de dispersión de Responsabilidad social con Redes de soporte social

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la variable Responsabilidad Social y la dimensión Redes de Soporte Social de Éxito Empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en Responsabilidad social y Redes de soporte social y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 89. Correlaciones de Responsabilidad social y Redes de soporte social

Rho de Spearman		Variable 1: Responsabilidad Social	Dimensión 6: Redes de Soporte Social
Variable 1: Responsabilidad Social	Coefficiente de correlación	1,000	,542**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Dimensión 6: Redes de Soporte Social	Coefficiente de correlación	,542**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.

	N	62	62
--	---	----	----

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,542 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000...

Decisión: Se cumple que Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o,
escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La variable Responsabilidad Social y la dimensión Redes de Soporte Social de Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,542 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la variable 'responsabilidad social' con la dimensión 'redes de soporte social' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(7) Contrastación de la séptima hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la responsabilidad social y la dimensión 'factores personales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'factores personales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de responsabilidad social y factores personales.

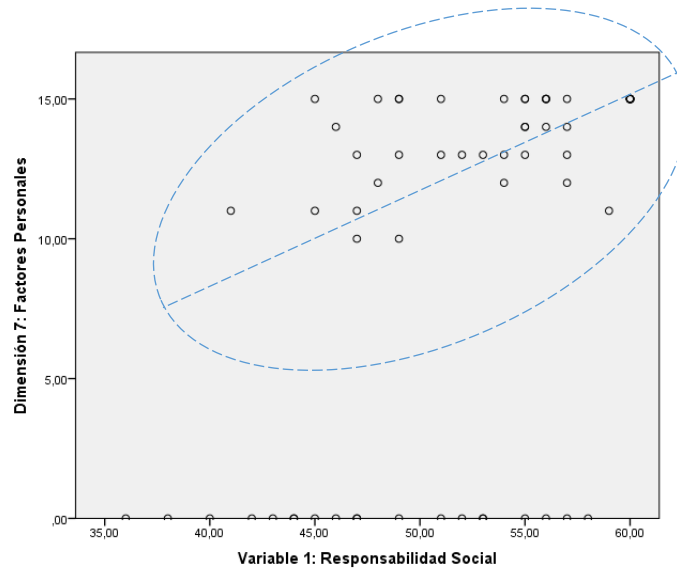


FIGURA 49. Diagrama de dispersión de Responsabilidad social con Factores personales

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la variable Responsabilidad Social y la dimensión Factores Personales de Éxito Empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos ‘Encuesta con dos cuestionarios’, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en Responsabilidad social y Redes de soporte social y, habilitando la prueba Rho de Spearman. La que se presenta a continuación.

TABLA 90. Correlaciones de Responsabilidad social y Factores personales

Rho de Spearman		Variable 1: Responsabilidad Social	Dimensión 7: Factores Personales
Variable 1: Responsabilidad Social	Coeficiente de correlación	1,000	,536**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Dimensión 7: Factores Personales	Coeficiente de correlación	,536**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,536 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000...

Decisión: Se cumple que Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o,
escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La variable Responsabilidad Social y la dimensión Redes de Soporte Social de Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,536 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la variable 'responsabilidad social' con la dimensión 'factores personales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

(8) Contrastación de la octava hipótesis específica

Se plantea las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: \rho = 0$ (No es una correlación lineal) v $H_i: \rho \neq 0$ (Sí es una correlación lineal)

H_0 : El nivel de relación No es significativo entre la responsabilidad social y la dimensión 'factores institucionales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

H_i : Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'factores institucionales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

Ahora, se presenta el diagrama de dispersión de responsabilidad social y factores institucionales.

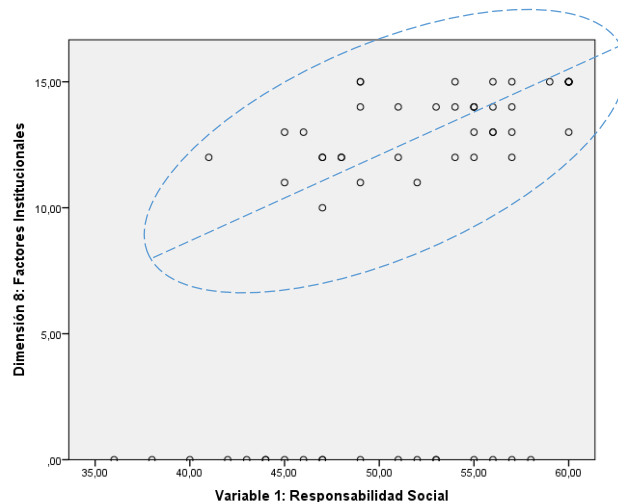


FIGURA 50. Diagrama de dispersión de Responsabilidad social con Factores institucionales

En este caso, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre la variable Responsabilidad Social y la dimensión Factores Institucionales de Éxito Empresarial.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

TABLA 91. Correlaciones de Responsabilidad social y Factores institucionales

Rho de Spearman		Variable 1: Responsabilidad Social	Dimensión 8: Factores Institucionales
Variable 1: Responsabilidad Social	Coefficiente de correlación	1,000	,597**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Dimensión 8: Factores Institucionales	Coefficiente de correlación	,597**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas sobre responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,597 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000...

Decisión: Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05) o, escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: La variable Responsabilidad Social y la dimensión Factores Institucionales de Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente 0,597 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa de la variable 'responsabilidad social' con la dimensión 'factores institucionales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

CAPÍTULO VII: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Sobre la discusión de resultados de una investigación, Aceituno et al. (2021), dicen:

Annesley sostiene que la discusión siempre se conectará con la introducción a través de las preguntas de investigación o de las hipótesis que se plantearon y la literatura que se revisó, pero la discusión no simplemente repite o reordena las primeras partes de su artículo; la discusión explica claramente cómo su estudio avanzó la comprensión del problema de investigación desde antes de celebrar el trabajo de campo, hasta el análisis de los resultados. (p. 28).

Cabe dejar explícito en este informe final de investigación ‘Responsabilidad Social y Éxito Empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023’ que tuvo como unidad de estudio a la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, y como unidad de análisis al personal que labora acá. El propósito del trabajo de campo fue saber si la idea de responsabilidad social sugería que debiera haber alguna cualidad y/o acción de las personas detalladas en los indicadores de responsabilidad social, y si la idea de éxito empresarial sugería que debiera existir alguna característica del entorno y/o cumplimiento de alguna condición estructural descritos en los indicadores de éxito empresarial.

7.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.1.1. CORRELACIONES DE DIMENSIONES Y VARIABLES

7.1.1.1. CORRELACIÓN DE CADA DIMENSIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL ÉXITO EMPRESARIAL

(1) Una correlación lineal positiva moderada entre la dimensión Ética empresarial y la variable Éxito empresarial.

Una correlación lineal positiva moderada entre la dimensión Ética empresarial y la variable Éxito empresarial, como la presentada en la Tabla 70, significa que los encuestados, pero no todos, admiten y reconocen la necesidad que tiene el personal de la empresa de seguir operándola con competitividad, sinceridad y responsabilidad; porque la ética te dice cómo hay que vivir mejor de manera libre y más plena, no cómo hay que portarse bien para dar gusto a los demás.

Este nivel de correlación se ve confirmado con la distribución de frecuencias porcentual de la dimensión Ética empresarial de la Tabla 52. Donde se lee que el 81,2 % de las encuestas

de responsabilidad social apuntan favorablemente a la dimensión ‘Ética empresarial’; es decir, que el 81,2 % del personal opina que la ética del empresario, la capacitación en ética y la ética del personal, indicadores de esta dimensión, deben ser considerados en la idea de responsabilidad social empresarial.

Se dijo que no todos, ya que, siendo la correlación moderada, la Tabla 52 verifica que 1,1 % del personal cree que casi nunca se debe considerar la ética del empresario, la capacitación en ética y la ética del personal en la idea de responsabilidad social empresarial. Y que 3,2 % opina que nunca. También, que 14,5 % del personal opina que a veces debería considerarse en la idea de responsabilidad social. Si se suma nunca con a veces y casi nunca, da 18,8 por ciento.

Cabe comentar que parece que el estado de ánimo del encuestado influyó en este resultado, ya que 18,8 % de ellos no hacen mayor la correlación Ética empresarial/Éxito empresarial. A la luz de la realidad observada, se piensa que es un reflejo de la sociedad en un entorno nacional de crisis socio política e inseguro desde 2019. Lo cual es un desafío para las empresas y las familias del país. Porque, coincidiendo con el Padre José Piedra Valdez, en Piedra et al. (2014) en su libro ‘Desafíos éticos en los negocios’, que a partir del crecimiento económico de Perú acontecido entre las décadas de 1990 y 2010, “se constata la creciente importancia de los códigos de ética en las empresas, los cuales buscan promover las buenas prácticas en distintos ámbitos de los negocios” (p. 7).

Sin embargo, no todo es blanco y negro, porque como dice el Padre José Piedra, “no nos pueden bastar las sanciones ni los códigos de ética: hemos de volver a la conciencia, ese fondo del ser humano que nos lleva a reconocer si hemos hecho algo equivocado o correcto”. (p.10).

Esto es importante, porque se necesita mantener al personal sensibilizado en buenas prácticas, tanto en la planta regulada como en la oficina principal. Finalmente, sabiendo que en todas las empresas lo óptimo es el 100 por ciento, lo real es que la evaluación de cumplimiento puede arrojar un resultado aceptable menor que 100.

Por eso, lograr una tendencia a lo óptimo ha de ser un desafío de la empresa, de su personal, de las familias.

“El 72,41 % de las empresas de la industria pesquera marplatense encuestadas cumple con los acuerdos normados por Ley, pero no tiene un Código de Conducta. El 27,59 % restante sí; el 6,9 % verifica su cumplimiento y aplica sanciones”. (Capurro, 2021).

“Un 48,5 % de los pobladores de Las Delicias-Sechura encuestados dijo estar indeciso acerca de si la empresa respeta los derechos humanos”. (Chuna y Soplapuco, 2022).

“El 57% de los trabajadores de pesquera ARCOPA S.A. en Paita dicen que la empresa tiene compromisos éticos con los trabajadores y el 67% están de acuerdo con la disposición de un manual de responsabilidad social en la empresa”. (Palacios y Trelles, 2021).

(2) Una correlación lineal positiva baja entre la dimensión Ambiente laboral y la variable Éxito empresarial.

Una correlación lineal positiva baja entre la dimensión Ambiente laboral y la variable Éxito empresarial, como la presentada en la Tabla 71, implica que liderazgo y beneficios sociales, control de riesgos de seguridad y salud ocupacional, capacitación de seguridad y salud ocupacional, siendo indicadores integrantes de la dimensión mencionada, suponen la misma correlación positiva con la variable éxito empresarial con una confianza del 99 por ciento. Esto significa que se ha de contar con jefes ejerciendo un liderazgo con buenas prácticas de respeto a los derechos humanos y laborales del personal; protección al personal, a la producción y al patrimonio de la empresa con respaldo y visión de la alta dirección.

En ese sentido, la Tabla 53 de conteo de valoraciones de la dimensión Ambiente laboral, confirma esta correlación positiva diciendo que 87,6 % siempre cree que los indicadores liderazgo y beneficios sociales, control de riesgos de seguridad y salud ocupacional y, capacitación de seguridad y salud ocupacional, deben considerarse en la idea de responsabilidad social. Pero 10,8 % a veces creen que sí. 1,6 % que casi nunca. 0,0 % que nunca. Sumando estos tres, da 12,4 %.

Para poder entender el 12, 4 por ciento desfavorable de esta dimensión, vea que la Tabla 31 de distribución de frecuencias porcentual del indicador Liderazgo y beneficios sociales dice que 88,7 % del personal opina que siempre debe considerarse liderazgo positivo y beneficios

sociales para el personal y sus familias. Que 11,3 % creen que a veces debería ser. Y nadie nunca o casi nunca. Precisamente, este 11,3 % está sesgado por su estado de ánimo o está manifestando que la empresa debería hacer algo para refrescar a los jefes nada más, porque hay un 88,7 % a favor de la idea de responsabilidad social.

“El liderazgo se relaciona de manera significativa con la sostenibilidad empresarial en las medianas empresas industriales manufactureras de Guayas-Ecuador. Y con Rho Spearman 0,835 es una correlación positiva altamente fuerte entre las variables”. (Lam, 2017, p. 88). Esto es importante, porque si se fortalecen los valores del liderazgo, entonces, se consolida la sostenibilidad empresarial.

Respecto a la seguridad y salud ocupacional del personal, Oré (2018), citado por Miñán et al. (2020), dice:

Oré arguye que las empresas pesqueras peruanas deben preocuparse por sus sistemas de gestión de seguridad y salud ocupacional, ya que la legislación vigente no solo considera sanciones administrativas; en el Artículo No. 168-A del código penal, también atribuye delitos culposos como los de homicidio o lesiones culposas. (p. 3).

Por eso, una empresa en general realiza un análisis de línea base donde se determine el cumplimiento de la ley 29783 tal como lo establece en su Artículo No. 37. Dicho análisis consiste en responder una lista de 25 preguntas con una escala ordinal de tres valoraciones: Sí cumple, No cumple y Cumple parcialmente.

TABLA 92. Línea base del sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional - SSO

ASPECTO	VALORACIÓN		
	Sí cumple	No cumple	Cumple parcialmente
¿Existe una política de seguridad y salud ocupacional y cumple los requisitos establecidos en la legislación?			
¿Está comunicada la política de SSO?			
¿Existe evaluación de riesgos?			
¿Existe mapa de riesgos?			

¿Se realizan controles sobre los riesgos detectados?			
¿Existe servicio de seguridad y salud ocupacional?			
¿Se asignan a los puestos de trabajo los trabajadores de acuerdo a sus competencias?			
¿Revisan los programas de capacitación los trabajadores o sus representantes?			
¿Participan en la identificación de riesgos y peligros?			
¿Participan los trabajadores o sus representantes en la evaluación de riesgos y la definición de medidas de prevención?			
¿Existe una planificación de las medidas a desarrollar en materia de seguridad y salud ocupacional?			
Si existe, ¿cumple con los requisitos establecidos en la legislación?			
Si es aplicable, ¿existe Comité de Seguridad y Salud?			
¿Existe un reglamento interno de seguridad y salud ocupacional?			
Si existe, ¿cumple con los requisitos establecidos en la legislación?			

Sigue ...

... Continua

ASPECTO	VALORACIÓN		
	Sí cumple	No cumple	Cumple parcialmente
¿Existe la documentación establecida en la legislación?			
¿Existen medidas de emergencia?			
Si es aplicable, ¿existe Comité de Seguridad y Salud?			
¿Se informa a los trabajadores de los riesgos?			
¿Se imparten cuatro capacitaciones al año?			
¿Se consulta y da participación a los trabajadores en la seguridad y salud?			
¿Dispone la empresa de una organización preventiva?			
¿Existen estándares de trabajo?			
¿Se gestiona la compra, entrega y uso de equipos de protección personal?			
¿Se controla la seguridad de los equipos de trabajo?			
¿Se realizan exámenes médicos?			

Sumatoria total de ítems			
Porcentaje total de ítems			

Fuente: Miñán, G. et al (2020)

Al completar la lista de 25 preguntas de la Tabla 78, se procede a determinar si el sistema de gestión mencionado cumple con la ley 29783 comparando esos resultados totales con los intervalos de cumplimiento dados en la Tabla 79 que se presenta a continuación.

TABLA 93. Nivel del sistema de seguridad y salud ocupacional basado en el cumplimiento de la ley 29783

CUMPLIMIENTO	ESTATUS	PLAN DE ACCIÓN
Menor a 61 %	Desaprobado/Sanción Grave	Rearmar su sistema de gestión. Consolidar procedimientos, métodos y registros
Entre 61 a 70 %	Desaprobado/Sanción Baja	Revisar y mejorar lo desarrollado. Mejorar las evidencias.
Entre 71 a 80 %	Aprobado/Mejorar Estándares	Actualiza listas maestras y difusión
Entre 81 a 100 %	Aprobado	Mantener el estándar del sistema

Fuente: Miñán, G. et al (2020)

Como la mayoría de las empresas, el área de SSOMA de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal conserva un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional en un estatus de aprobado y mantiene el estándar del sistema.

“El 65,52 % de las empresas de la industria pesquera marplatense cumple con la legislación de contratación, y el 13,79 % tiene canales de recepción de reclamos de los empleados y realiza investigaciones para medir la satisfacción laboral de éstos”. (Capurro, 2021).

“El coeficiente de Spearman 0,91 de Participación de los Trabajadores con Utilidad Neta de las industrias manufactureras en la ciudad de Manta, indica una correlación positiva muy alta”. (Cárdenas, 2021).

“Existe una tendencia positiva del 3 por ciento con respecto al año anterior en mejorar el bienestar de los empleados y sus familias realizados por las empresas colombianas con RSE”. (Hernández-Palma y Pitre-Redondo y Orozco-Daza, 2020).

“El 54% de las familias tienen la percepción de que las empresas pesqueras de la bahía de Sechura no cumplen con una política de mejoramiento de condiciones sociales para sus trabajadores”. (Estrada, 2019).

“El 58 % de los trabajadores de pesquera ARCOPA S.A. en Paita está de acuerdo con que los directivos se identifiquen con el bienestar de sus trabajadores”. (Palacios y Trelles, 2021).

(3) Una correlación lineal positiva baja entre la dimensión Medioambiente y la variable Éxito empresarial.

La Tabla 72 sostiene que los indicadores jefes competentes en medioambiente, control de riesgos ambientales y capacitación de ambiente, integrantes de la dimensión Medioambiente, presentan una correlación positiva baja con la variable Éxito empresarial con una confianza de 99 por ciento. Esto quiere decir que, por lo menos, los jefes de la fábrica de harina de pescado sean competentes en medioambiente para garantizar que la empresa cumpla con el uso responsable de la materia prima en temporada de producción y el respeto a las temporadas de veda decretadas por el gobierno de Perú, el uso responsable de agua de mar y de agua potable; la gestión de maquinarias y equipos para la recuperación de sólidos y grasas en el proceso de elaboración de harina y aceite de pescado; la gestión de equipos que controlan la contaminación del aire; el manejo de los residuos sólidos y su disposición final; y el tratamiento de aguas residuales.

En esta dimensión, una empresa debe tener claro el rol de una fábrica ante el problema que tiene el planeta con el cambio climático y administrar la maquinaria que consume gas natural y gas licuado de petróleo GLP como alternativa de solución frente a otros combustibles hidrocarburos para reducir el impacto ambiental en la atmósfera. Cabe mencionar que Pesquera JADA S.A. fue la primera fábrica de harina de pescado de Chimbote en cambiar el consumo de petróleo por gas natural y GLP.

En la Tabla 54 de conteo de valoraciones para la dimensión Medio ambiente, se puede leer que 80,6 % de las encuestas creen que los indicadores jefes competentes en medio ambiente, control de riesgos ambientales y capacitación de ambiente deben considerarse siempre en la

idea de responsabilidad social. Pero 17,2 % da una valoración de ‘A veces’ para esa dimensión. También, el 2,2 % da una valoración de ‘Casi nunca’. Y 0,0 % ‘Nunca’.

Ese 2,2 por ciento de encuestados no representa a la población por ser pequeño, pero opina que la responsabilidad social no necesita considerar el medioambiente; lo cual se debería al estado de ánimo o carencia de información frente a la necesidad de prevenir, vigilar y evitar la degradación ambiental, objetivos prioritarios de la gestión ambiental establecidos en la Ley No. 28611, ley general del ambiente de Perú.

Con respecto a la gestión de medio ambiente de la fábrica de harina de pescado y de la flota pesquera que la abastece de materia prima, la Ley 29263 publicada en el Diario Oficial El Peruano el 2 de octubre de 2008, que modifica algunos artículos del código penal y de la ley general del ambiente, establece sanciones administrativas por infracción ambiental y sentencias penales por comisión de ilícitos ambientales; por ejemplo, el Artículo No. 308-B del Código Penal sobre extracción ilegal de especies acuáticas en cantidades, talla y zonas que son prohibidas o vedadas, o captura especies sin contar con el debido permiso o exceda el límite de captura por embarcación, asignado por la autoridad administrativa competente.

En ese sentido, la fábrica de harina de pescado y la flota pesquera que la abastece de materia prima cumplen con las buenas prácticas respaldadas por la certificación de suministro responsable de Marine Trust; la planta cuenta con certificación de Producción como autoridad competente asignada en el Decreto Supremo No. 012-2019-PRODUCE; y certificación de Capitanía de Puerto como autoridad marítima descrita en el Decreto Supremo No. 015-2014-DE.

“El 89,66 % de las empresas de la industria pesquera marplatense hizo un acuerdo con al menos un grupo de interés para reducir el impacto del cambio climático y como aspecto negativo el 74,07 % hace vuelco de residuos líquidos”. (Capurro, 2021).

“El 72,28 % de los pobladores encuestados opinaron que la gestión RSE de la industria atunera en Manta es mala”. (Cevallos, 2019).

“El 38,6 % de los pobladores de Las Delicias-Sechura encuestados da un nivel de acuerdo/totalmente de acuerdo con la empresa pesquera acerca del cuidado del medioambiente. (Chuna y Soplapuco, 2022).

“El 65 por ciento de las familias encuestadas de la bahía de Sechura perciben que las empresas pesqueras nunca han cumplido con una política de cuidado del medioambiente”. (Estrada, 2019).

“El 5 % de los encuestados cerca de pesquera ARCOPA S.A. en Paita está de acuerdo con las medidas de protección del medioambiente”. (Palacios y Trelles, 2021).

(4) Una correlación lineal positiva moderada entre la dimensión ‘Compromiso con la comunidad y Marketing responsable’ y la variable Éxito empresarial.

Señala que la dimensión ‘Compromiso con la comunidad y Marketing responsable’ compuesta por sus indicadores Promoción de objetivos sociales para la comunidad (compromiso), Seguridad del producto (marketing responsable) y Calidad del embalaje (marketing responsable) implican una correlación positiva moderada con la variable éxito empresarial con una confianza del 99 por ciento. Como se puede corroborar en la prueba de contrastación de la cuarta hipótesis específica de la Tabla 73.

Que en la dimensión ‘Compromiso con la comunidad y Marketing responsable’, los encuestados otorgan la valoración ‘Siempre’ a sus indicadores: Promoción de objetivos sociales para la comunidad con 40,3 %, Seguridad del producto lee 53,2 % y Calidad del embalaje está con 54,8 %. Por favor, vea usted las Tablas 37, 38 y 39 de distribución de frecuencias porcentual de estos tres indicadores.

Observe usted que éstos reciben la valoración ‘Siempre’ en un porcentaje comprendido entre 40,3 y 54,8 por ciento. Y ostentan, así, un rango porcentual que no puede compararse con el nivel un poco más grande de los demás indicadores de las encuestas

En la Tabla 37 de distribución de frecuencias porcentual de Promoción de objetivos sociales para la comunidad, se lee que 75,8 % de los encuestados valoran con ‘Siempre’ o ‘Casi siempre’ que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales para la comunidad, pero 21,0 % valoran con ‘A veces’; lo cual tiene que aclararse en la empresa porque la promoción de objetivos sociales no tiene que concretarse en beneficencia para la comunidad, sino en actividades más colaborativas.

Aquel 75,8 por ciento le da un significado más elevado al valor del compromiso con la comunidad; que, parafraseando a Piedra (2014), una empresa con personería jurídica debería ser tal que los ciudadanos y el Estado la reconocen como parte de la comunidad; y la empresa, a su vez, debe sentirse parte de la comunidad. (p.8).

En la Tabla 38 de distribución de frecuencias porcentual de seguridad del producto, se lee que 82,3 % de los encuestados opinan con valoración de ‘Siempre’ o ‘Casi siempre’ que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la autocombustión de la harina de pescado.

Pero 12,9 % da valoración ‘A veces’. El 3,2 % da ‘Casi nunca’. Y 1,6 % ‘Nunca’. Juntando a veces con nunca y casi nunca, el 17,7 por ciento de los encuestados desestima prevenir la autocombustión de la harina de pescado, clasificada en el Código IMDG de la Organización Marítima Internacional como mercancía “peligrosa” en los barcos mercantes que la transportan al mundo, porque puede correr el riesgo de incendiarse en plena travesía si ese producto no sale debidamente estabilizado desde fábrica. Por eso, es importante considerar siempre la seguridad del producto como parte del sistema de calidad y responsabilidad.

En la Tabla 39 de distribución de frecuencias porcentual de calidad de embalaje, se lee que 83,9 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere calidad de embalaje en la fábrica. Pero 8,1 % dan la valoración ‘A veces’. Un 6,5 % con ‘Casi nunca’. Y 1,6 % con ‘Nunca’. Sumando nunca con a veces y casi nunca, se tiene que el 16,2 por ciento de los encuestados desestima la calidad del embalaje de la harina de pescado.

Sin embargo, cuando un embalaje de harina de pescado va etiquetado según norma de calidad y responsabilidad, constituye una buena práctica de comercialización y lucha contra la venta ilegal de dicho producto. De ahí la importancia de contar con un buen historial de calidad y marketing responsable.

“Si no tienes un programa de RSE, no te compran”. (Capurro, 2021).

“El 13,79 % de las empresas de la industria pesquera marplatense se involucran en el desarrollo de políticas públicas ligadas a los compromisos de voluntariado asumidos”. (Capurro, 2021).

“El 13,79 % elabora Reportes de las Prácticas de Sostenibilidad. La mitad de ese porcentaje refiere a empresas con matriz extranjera que elaboran sus reportes”. (Capurro, 2021).

“El 34,48 % tiene mecanismos de resolución de clientes y/o consumidores en Mar del Plata. Y ese porcentaje disminuye al 28 % si no se tuviese en cuenta a las empresas con matriz extranjera”. (Capurro, 2021).

“El 75,74 % de los pobladores encuestados opinaron que la influencia de la responsabilidad social corporativa de la industria atunera en el desarrollo socioeconómico sostenible de la Ciudad de Manta es mala”. (Cevallos, 2019).

“La filantropía, es un elemento presente en la RSE en la empresa colombiana. Es notorio un decremento de 70 % a 64% entre 2015 y 2017, hay una transformación en la visión de la Responsabilidad Social Empresarial en ese país”. (Hernández-Palma y Pitre-Redondo y Orozco-Daza, 2020).

“Un 5 % de los pobladores encuestados de Las Delicias-Sechura están de acuerdo con que la empresa sí crea empleos para la comunidad”. (Chuna y Soplapuco, 2022).

“Falta de coordinación conjunta con la Gobernadora de Las Delicias-Sechura, la población y las empresas pesqueras”. (Chuna y Soplapuco, 2022).

“El 51 % de las familias cree que nunca las empresas pesqueras que operan en la bahía de Sechura han cumplido con una política de contratación de mano de obra y proveedores locales dentro de su área de influencia”. (Estrada, 2019).

“Un 49 % de los pobladores encuestados está de acuerdo con que ARCOPA considere importante la participación de los trabajadores al realizar acciones en beneficio de la comunidad en Paita”. (Palacios y Trelles, 2021).

7.1.1.2.CORRELACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON CADA DIMENSIÓN DEL ÉXITO EMPRESARIAL

(5) Una correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Macroentorno de la variable Éxito empresarial.

Para entender la correlación positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Macro entorno, véase que en la Tabla 56 de conteo de valoraciones para la dimensión Macro entorno, se lee que 55,6 % le da una valoración ‘Siempre’ y 33,3 % una valoración ‘Casi siempre’, las que otorgan a esta dimensión una opinión favorable de 88,9 por ciento frente a las valoraciones ‘A veces’ con 8,7 %, ‘Casi nunca’ con 0,8 % y ‘Nunca’ con 1,6 %, que sumadas, dan una opinión desfavorable de 11,1 por ciento.

En la Tabla 40 de distribución de frecuencias de Ambiente económico en el país, en la Tabla 41 de distribución de frecuencias de Ambiente político legal en el país y en la Tabla 42 de distribución de frecuencias de Ambiente tecnológico en el país, se pueden leer los porcentajes de encuestados que marcaron las valoraciones ‘Siempre’, ‘Casi siempre’, ‘A veces’, ‘Casi nunca’ y ‘Nunca’.

Si se toman en cuenta las valoraciones ‘A veces’, ‘Casi nunca’ y ‘Nunca’ encontradas en las Tablas 40, 41 y 42 ya mencionadas, el indicador Ambiente económico en el país solo tiene ‘A veces’ con 9,5 %; el indicador Ambiente político legal en el país tiene ‘A veces’ con 4,8 %, ‘Casi nunca’ con 2,4% y ‘Nunca’ con 2,4 %; el indicador Ambiente tecnológico en el país tiene ‘A veces’ con 11,9 y solo ‘Nunca’ con 2,4 %.

Luego, las valoraciones ‘Nunca’ y ‘Casi nunca’ ostentan porcentajes pequeños que no representan a la población.

Aunque la valoración ‘A veces’ se presenta con niveles de 4,8 y 11,9 por ciento en Ambiente económico y Ambiente político legal, que duplican o triplican a los nunca y casi nunca, los encuestados están ahí y puede significar que al momento de la encuesta tienen un estado de ánimo influenciado por las circunstancias socio políticas por las que está atravesando el país en 2019-2023 y el fenómeno climático del 2023. Y ninguna empresa las puede controlar.

Aunque la dimensión Macroentorno cuenta con una opinión favorable del 88,9% de los encuestados con valoraciones de Siempre o Casi siempre.

Por eso, la variable Responsabilidad social está mostrando una correlación lineal positiva moderada con la dimensión Macroentorno con una confianza del 99 por ciento de acuerdo

con lo anunciado por SPSS en la prueba de contrastación de la quinta hipótesis específica de la Tabla 74.

“El 51,49 % de los encuestados opinaron que la Gestión del gobierno local y nacional ante la responsabilidad social corporativa de la industria atunera en Manta es mala, regular con un 46,04 % y buena con el 2,48 %”. (Cevallos, 2019).

A continuación, se procede a tratar la discusión de la correlación entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Redes de soporte social.

(6) Una correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Redes de soporte social de la variable Éxito empresarial.

Señala que la variable Responsabilidad social implica una correlación positiva moderada con la dimensión Redes de soporte social constituida por sus indicadores Apoyo financiero en el país, Soporte profesional en el país y Red de apoyo moral, con una confianza del 99 por ciento. Como se puede corroborar en la prueba de contrastación de la sexta hipótesis específica de la Tabla 75.

En la Tabla 57 de conteo de valoraciones para la dimensión Redes de soporte social, se lee que 48,4 % da una valoración ‘Siempre’ y 32,5 % una valoración ‘Casi siempre’, las que otorgan a esta dimensión una opinión favorable de 81,0 por ciento frente a las valoraciones ‘A veces’ con 15,9 %, ‘Casi nunca’ con 2,4 % y ‘Nunca’ con 0,8 %, que sumadas, dan una opinión desfavorable de 19,1 por ciento.

En la Tabla 43 de distribución de frecuencias de Apoyo financiero en el país, la Tabla 44 de distribución de frecuencias de Soporte profesional en el país y la Tabla 45 de distribución de frecuencias de Red de apoyo moral (familia), se pueden leer los porcentajes de encuestados que marcaron las valoraciones ‘Siempre’, ‘Casi siempre’, ‘A veces’, ‘Casi nunca’ y ‘Nunca’.

En las Tablas 43, 44 y 45 ya mencionadas, el indicador Apoyo financiero en el país tiene ‘Casi nunca’ con 2,4 %; el indicador Soporte profesional en el país tiene 0 % en ‘Casi nunca’ y 0 % en ‘Nunca’, el indicador Red de apoyo moral tiene ‘Casi nunca’ con 4,8 % y ‘Nunca’ con 2,4 %.

Luego, las valoraciones ‘Nunca’ y ‘Casi nunca’ ostentan porcentajes pequeños que no representan a la población. Aunque la valoración ‘A veces’ se presenta con niveles de 4,8 y 21,4 por ciento en Apoyo financiero y Red de apoyo moral respectivamente, que pueden llegar a cuadruplicar a los nunca y casi nunca, significa que tienen una perspectiva distinta pero imparcial.

Sin embargo, la Tabla 45 de Red de apoyo moral señala que 50,0 % valoró con ‘Siempre’ y 21,4 % con ‘Casi siempre’, sumando 71,4 % los encuestados que están a favor que la idea de éxito empresarial sugiere red de apoyo moral de la familia del empresario.

Esto es importante, porque un empresario siendo humano, tiene que organizar sus tiempos, para sus negocios y para su familia. Y viceversa, su familia brinde su apoyo moral en la medida de lo posible.

Por esto, como en la reflexión de la ética, se pregunta qué es lo más valioso que se puede dar en la vida, como ser humano.

“Las redes organizacionales se relacionan de manera significativa con la sostenibilidad empresarial en las medianas empresas industriales manufactureras de Guayas-Ecuador. Y tiene Rho Spearman 0,895, es correlación positiva altamente fuerte”. (Lam, 2017, p. 89).

Esto es importante, porque si se tonifica las relaciones humanas con las redes organizacionales, que en nuestro caso son las redes de soporte profesional, entonces, se acerca la sostenibilidad empresarial. Como es el caso de Pesquera JADA S.A. miembro de la Sociedad Nacional de Pesquería y vinculados al estándar GMP mencionado.

(7) Una correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Factores personales de la variable Éxito empresarial.

A fin de entender la correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Factores personales, se aprecia en la Tabla 58 de conteo de valoraciones para la dimensión Factores personales, que se lee que 62,7 % le da una valoración ‘Siempre’ y 31,0 % una valoración ‘Casi siempre’, las que otorgan a esta dimensión una opinión favorable de 93,7 por ciento frente a las valoraciones ‘A veces’ con 5,6 %, ‘Casi nunca’ con 0,8 % y ‘Nunca’ con 0,0 %, que sumadas, dan una opinión

desfavorable de 6,4 por ciento. Éste es pequeño en comparación al 93,7 que expresa que la idea de Éxito empresarial sí sugiere Factores personales del empresario. Que en la base teórica comprenden un perfil cognitivo subdividido en formación y experiencia profesional, más un perfil psicológico subdividido en actitudes y valores.

En la Tabla 46 de distribución de frecuencias de Actitud/Decisión propia del empresario y responsabilidad de sus acciones, en la Tabla 48 de distribución de frecuencias de Formación/Empresario se informa continuamente y en la Tabla 49 de distribución de frecuencias de Experiencia gerencial/Empresario gana experiencia gerencial continuamente, se pueden leer los porcentajes de encuestados que marcaron las valoraciones ‘Siempre’, ‘Casi siempre’, ‘A veces’, ‘Casi nunca’ y ‘Nunca’.

Si se toman en cuenta las valoraciones ‘A veces’, ‘Casi nunca’ y ‘Nunca’ encontradas en las Tablas 46, 47 y 48 ya mencionadas, el indicador Actitud tiene ‘A veces’ con 7,1 %, ‘Casi nunca’ con 2,4 %; el indicador Formación está con 0 % en estas tres valoraciones, el indicador Experiencia tiene ‘A veces’ con 9,5 %, ‘Casi nunca’ con 0 % y ‘Nunca’ con 0 %.

Luego, las valoraciones ‘Nunca’ y ‘Casi nunca’ ostentan porcentajes pequeños que no representan a la población. Aunque la valoración ‘A veces’ se presenta con niveles de 7,1 y 9,5 por ciento en Actitudes y Experiencia gerencial respectivamente, que pueden llegar a triplicar a los nunca y casi nunca, significa que este pequeño porcentaje de encuestados tienen una perspectiva distinta pero que todavía no ejercen competencias de dirección empresarial.

Por eso, la variable Responsabilidad social está mostrando una correlación lineal positiva moderada con la dimensión Factores personales con una confianza del 99 por ciento de acuerdo con lo anunciado por SPSS en la prueba de contrastación de la séptima hipótesis específica de la Tabla 76.

“Las empresas de la industria pesquera marplatense encuestadas calificaron la Responsabilidad Social Empresarial con un nivel marcadamente positivo, que aporta al bien común con 68,97 %, y como parte de las responsabilidades de ser empresario con 68,97 %”. (Capurro, 2021).

(8) Una correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Factores institucionales de la variable Éxito empresarial.

Para entender una correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la dimensión Factores institucionales, véase que en la Tabla 59 de conteo de valoraciones para la dimensión Factores institucionales de Éxito empresarial, se lee que 53,2 % da una valoración 'Siempre' y 41,3 % una valoración 'Casi siempre', las que otorgan a esta dimensión una opinión favorable de 94,5 por ciento frente a las valoraciones 'A veces' con 4,8 %, 'Casi nunca' con 0,8 % y 'Nunca' con 0,0 %, que sumadas, dan una opinión desfavorable de 5,6 por ciento. Éste es pequeño en comparación al 94,5 que expresa que la idea de Éxito empresarial sí sugiere Factores institucionales de la empresa.

Y, en cuanto a los indicadores de la dimensión Factores institucionales, en la Tabla 49 de distribución de frecuencias de Diseño organizativo, en la Tabla 50 de distribución de frecuencias de Coordinación y en la Tabla 51 de distribución de frecuencias de Procesos y resultados, tienen los porcentajes de encuestados que marcaron las valoraciones 'Siempre', 'Casi siempre', 'A veces', 'Casi nunca' y 'Nunca'.

La Tabla 49 de Diseño organizativo tiene 52,4 % en 'Siempre' y 40,5 % en 'Casi siempre', lo cual indica que 92,9% está a favor de que la idea de éxito empresarial sí sugiere diseño organizativo para la calidad de una gestión interna en la dimensión Factores institucionales. Esto es importante, porque una de las actividades gerenciales de alto valor es el diseño organizativo que sirve para garantizar la eficiencia de los procesos.

La Tabla 50 de Coordinación tiene 47,6 % en 'Siempre' y 42,9 % en 'Casi siempre', sumados da un 90,5 % de los encuestados que opinan que la idea de éxito empresarial sí sugiere coordinación con adaptación mutua entre trabajadores adicional a los mecanismos formales.

Esto es importante, porque la relación personal no puede ser sustituida; por eso, trabajadores, empleados y directivos necesitan coordinar antes de oficializar acciones.

Esto viene a ser confirmado por Sáenz (2012) en su tesis Medición de los impactos de la Difusión de la innovación de un proyecto de Responsabilidad Social, dice:

Las empresas deben seleccionar un canal de comunicación adecuado para el éxito de sus proyectos. En el caso de proyectos de responsabilidad social empresarial, que

involucran desarrollo de capacidades el canal de comunicación eficaz es el interpersonal; es decir, por medio de una invitación personal (...) coincide con lo estipulado por Rogers en 1995, citado por Sáenz (2012), también resulta relevante para las empresas que tienen proyectos sociales, dado que la relación interpersonal es la más adecuada para conseguir mayor participación de los beneficiarios. (p. 219).

Regresando a la dimensión factores institucionales, la Tabla 51 de Procesos y Resultados tiene 59,5 % en 'Siempre' y 40,5 % en 'Casi siempre', es decir, 100 % de los encuestados opinan que la idea de éxito empresarial sí sugiere procesos y resultados buenos. Nadie opina que es indiferente. Nadie opina que casi nunca o que nunca.

Esto es importante, porque este resultado concuerda con las reflexiones de Quintana (2001) dado que las empresas de su investigación científica se han sostenido gracias a normalización de resultados, procesos y comportamientos, entre otros parámetros.

Con respecto a dicha reflexión, cabe resaltar que la fábrica Pesquera JADA S.A. es una planta regulada. Significa que la planta de harina y aceite de pescado ha sido estabilizada. Y ha sido normalizada de acuerdo con los estándares en procesamiento, calidad, sanidad, protección al medioambiente y gestión de RR.HH., en términos de calidad total.

Pesquera JADA tiene auditoría interna y externa. Con un comité de validaciones realizan las siguientes acciones: (a) Demuestran a través de análisis microbiológico en punto crítico de control de la operación de secado (ausencia de salmonella, con tratamiento térmico entre los 80 y 85 grados Celsius); (b) Monitoreo de superficies; (c) Insumos (uso de antioxidante y anti-salmonella); y (d) Insumos indirectos (uso de químicos agregados a la caldera en tratamiento de agua de caldera).

Sobre la totalidad de sus operaciones, Pesquera JADA cuenta con certificaciones de Buenas Prácticas de Manufactura GMP de Dinamarca y de Suministro Responsable Marine Trust de Inglaterra. Y pasan auditorias de seguimiento con frecuencia anual.

También, Pesquera JADA cuenta con Premio a la Cuota de Carbono, por uso de gas natural en sus calderas; por eso, protege al medio ambiente y a su personal y, el cliente paga más por el producto.

Como se sabe, los resultados de una empresa se pueden encontrar en los informes social y ambiental como en los estados económico-financieros. Los que no se exponen acá porque escapan al objetivo general del presente trabajo de tesis.

Retomando las valoraciones, 'Nunca' y 'Casi nunca' ostentan porcentajes pequeños que no representan a la población. Aunque la valoración 'A veces' se presenta con nivel de 7,1 por ciento en Diseño organizativo y Coordinación respectivamente, que puede llegar a triplicar a los nunca y casi nunca, significa que este pequeño porcentaje de encuestados tienen una perspectiva distinta pero que todavía no ejercen competencias de gestión de área y lejos de la dirección empresarial.

Por eso, la variable Responsabilidad social está mostrando una correlación lineal positiva moderada con la dimensión Factores institucionales con una confianza del 99 por ciento de acuerdo con lo anunciado por SPSS en la prueba de contrastación de la octava hipótesis específica de la Tabla 77.

A propósito de los factores institucionales, Algorta (2021) manifiesta que su trabajo estuvo dedicado a “encontrar los factores internos de las empresas, en particular las prácticas de gestión, que más contribuyen al éxito sostenido de las empresas en Uruguay” (p. xi). También menciona a ISO 9004:2018 y dice que “entiende al éxito empresarial como el logro de satisfacer las necesidades de todas las partes interesadas en su actividad socioeconómica, pero no solo para el hoy sino para el largo plazo y de forma equilibrada” (p. xi).

“Calificando de 0 a 5, siendo 0 la de menos importancia, el promedio de las respuestas dio 4,41 de nivel de importancia que tiene la sostenibilidad de los recursos naturales en la cadena productiva de la industria pesquera marplatense”. (Capurro, 2021).

“El 51,72 % participan activamente en la certificación de sostenibilidad de las pesquerías”. (Capurro, 2019).

“Un 58 % de las empresas encuestadas incorporan la RSE en su gestión empresarial para lograr un incremento de la competitividad; el 33 % de las empresas manifiestan que la RSE se implementa por cambios en la regulación del gobierno, es decir, su visión se basa en el cumplimiento de normativas y regulaciones”. (Hernández-Palma y Pitre-Redondo y Orozco-Daza, 2020).

“Se logró demostrar la influencia de la gerencia estratégica y la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A., Chimbote 2019-2020”. (Rosales, 2021).

7.1.1.3. CORRELACIÓN DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL

(9) Una correlación lineal positiva moderada entre la variable Responsabilidad social y la variable Éxito empresarial.

Resulta de la prueba de contrastación de la hipótesis general presentada en la Tabla 70 con una confianza de 99 por ciento, por tratarse de una correlación lineal positiva moderada significativa al nivel 0,01.

Cabe comentar que las ocho pruebas de hipótesis específicas concuerdan en ser correlaciones lineales positivas significativas al nivel 0,01. Esto es importante porque dan una confianza del 99 por ciento.

Respecto a la variable Éxito empresarial, sus dimensiones Macroentorno, Redes de soporte social, Factores personales y Factores institucionales propuestas, que están basadas en la teoría de Cristina Quintana (2001), tienen afinidad con los factores de comportamiento que terminan influyendo en el éxito o fracaso de una pyme, presentados por Chanca y Muñoz.

Chanca y Muñoz (2022) sobre el fracaso empresarial, dicen:

Milosevic señala que el fracaso en las empresas es analizado como el resultado de quiebra o al cierre de un negocio. Al respecto, dicen que en 2019 Nikolic et al. sostuvieron que existen dos grupos de factores que desencadenan este resultado. Ellos son, en primer lugar, los factores individuales, los cuales se enfocan en la motivación y en las características personales de los propietarios de las pequeña y mediana empresas -pyme. En segundo lugar, están los factores no individuales reflejados en la organización de la empresa, su cultura, clima laboral, y en los escenarios políticos del entorno donde se desarrollen. (pp. 15-16).

Y en su informe final concluyen que:

Los factores de comportamiento que terminan influyendo en el éxito o fracaso de una pyme se puede organizar en variables intrínsecas de quien las administra vinculadas, como su ética, su motivación o su entorno familiar, su género; variables vinculadas con el acceso a la información desde su formación educativa o la asimetría de la información; o el comportamiento del empresario respecto a cómo asimila experiencias personales y empresariales aplicadas en su negocio, el uso de la tecnología, el marketing y sus recursos humanos, además de un estilo de liderazgo eficaz alineado con su rubro empresarial.

Que la forma en la que se administre una pyme responde a necesidades particulares del mercado, el rubro, los competidores, pero también a las circunstancias de su administración. (pp. 50-51).

Respecto a la variable Responsabilidad social, las dimensiones Ética empresarial, Ambiente laboral, Medioambiente y, Compromiso con la comunidad y marketing responsable propuestas por la teoría de Correa et al. (2004) tienen afinidad con los componentes de la RSE del caso Nestlé presentado en el libro Experiencias exitosas de responsabilidad social empresarial de Schwalb et al. (2010).

Por otro lado, aunque la creación de valor compartido no se maneja en la teoría de responsabilidad social empresarial de Correa et al., se observa que sus dimensiones están concebidas en un estudio de CEPAL en empresas latinoamericanas.

“La RSC de la industria atunera tiene influencia negativa en el desarrollo socioeconómico ambiental sostenible de la ciudad de Manta”. (Cevallos, 2019).

“Las prácticas de RSE desarrolladas por las Mipymes familiares mexicanas tienen un efecto positivo y estadísticamente significativo en el éxito competitivo y en la Innovación Empresarial”. (Esparza y Reyes, 2019).

Jánica et al. et al. (2023) sostienen que las variables explicativas del fracaso empresarial son: liderazgo, administración ejecutiva, exceso de confianza, controles financieros, gobernabilidad, características de la dirección, miopía gerencial, miopía estratégica, reglas

de decisión, sostenibilidad ambiental, historia, crisis financiera, educación financiera, ratios financieros, rentabilidad, liquidez, solvencia, equilibrio de los resultados, ventas totales, activos, pasivos, patrimonio, acceso a la financiación, mala capacidad de adaptación, deficiencias internas, capacitación profesional en la gestión de producción, capacitación empresarial, uso de Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, mentalidad de corto plazo, perfil del empresario, programas de apoyo empresarial, altos impuestos, legislación laboral complicada, terrorismo, fraude, criminalidad, etc.

Tomando en consideración el estudio de la influencia de la responsabilidad social empresarial en los resultados económicos de las empresas en España, Sánchez-Infante (2017) dice:

A partir del análisis de los modelos basados en los constructos de segundo orden, aceptando coeficientes de regresión o beta mayores que 0,2; y con p-valor menor que 0,05, para determinar qué relaciones son significativamente estadísticas, arrojó los siguientes resultados estadísticos: la adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en todas sus dimensiones tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,791$; la adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,780$; la adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,547$; la adopción de medidas de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión medioambiental tiene una influencia positiva en el Resultado Económico de las Mipymes con $\beta=0,576$.

Nuevamente, tomando en consideración el estudio de la influencia de la responsabilidad social empresarial en los resultados económicos de las empresas en España, Sánchez-Infante (2017) dice en cuanto a los resultados obtenidos del análisis de variables moderadoras que:

(...) la variable moderadora Antigüedad no modera la relación Responsabilidad Social Empresarial - Resultado Económico, es decir es independiente de la antigüedad de la empresa, con $p=0,062$ para subgrupo 1 a 10 años, con $p=0,366$ para subgrupo 11 a 20 años, con $p=0,143$ para subgrupo mayor que 20 años.

Y sobre la variable moderadora Tamaño, Sánchez-Infante dice que:

(...) sí modera la relación Responsabilidad Social Empresarial - Resultado Económico, es decir esta relación es dependiente del tamaño de la empresa, sólo con $p=0,004$ para subgrupo de 10 a 49 empleados, y con $p=0,010$ para subgrupo de 50 a 249 empleados. Pero, esta relación No es significativa con $p=0,169$ para subgrupo de 1 a 9 empleados.

“Un 60 % de los 20 trabajadores encuestados de Consorcio Pesquero El Ferrol calificó la responsabilidad social empresarial con un nivel deficiente, la empresa no ejecuta prácticas de RSE y no las promueve ni con sus clientes ni sus trabajadores”. (Alvarado y Chicoma, 2022).

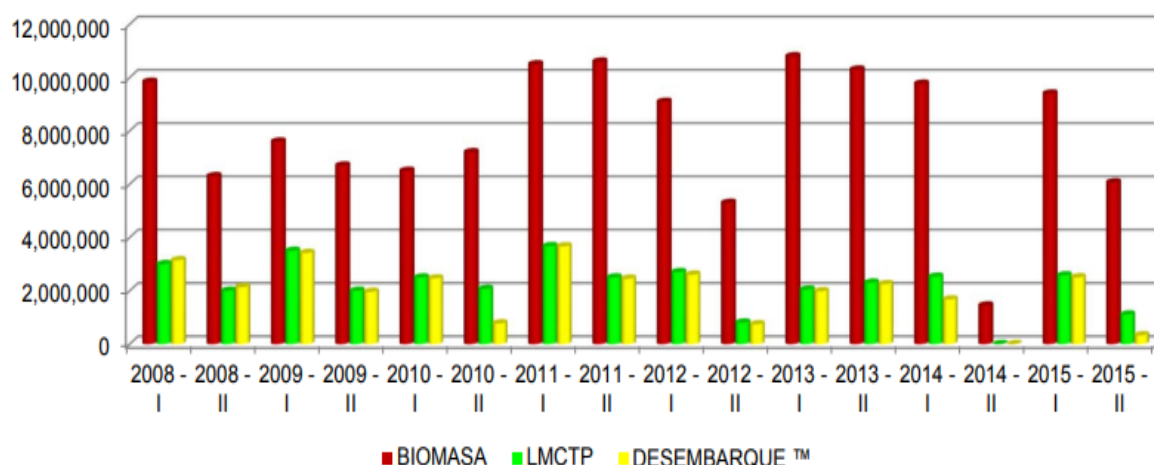
Tomando en consideración el estudio de la influencia de la implementación de una aplicación móvil en la responsabilidad social de Pesquera Hayduk en Coishco, Chávez et al. (2022) indican un aumento del nivel de responsabilidad social, de nivel Medio con 53,83 % de los encuestados a nivel Alto con 57,65 por ciento de ellos. Las funciones que existen dentro de la aplicación han permitido que la población de Coishco se sienta más escuchada. Muestran un aumento del nivel de desempeño social, de nivel Medio con 46,45 % de los encuestados a nivel Alto con 47,54 % de los mismos. Mejorando así las relaciones con esa población. Manifiestan que el nivel de desempeño económico se mantuvo en nivel Alto, con 44,81 % de los encuestados antes de la implementación y con 46,45 % después de la misma. Anuncian un aumento del valor compartido, de nivel Bajo con 54,92 % de los encuestados a nivel Medio con 52,90 %. Lo cual ayuda que la población encuentre más cercanía con la empresa pesquera. Sostienen un aumento del nivel de desempeño ambiental, de nivel Bajo con 96,72 por ciento de los encuestados a nivel Alto con 46,72 % de los mismos habitantes. Esto se debe a la utilización de la aplicación en su función ‘Mapa de calor’ para encontrar los lugares de mayor contaminación dentro de Coishco Viejo. Chávez et al. manifiestan que se encontró que la implementación móvil sí influye de manera significativa en la responsabilidad social de Pesquera Hayduk con un 95 por ciento de confianza y un p-valor de 0,000.

Continuando la discusión de resultados,

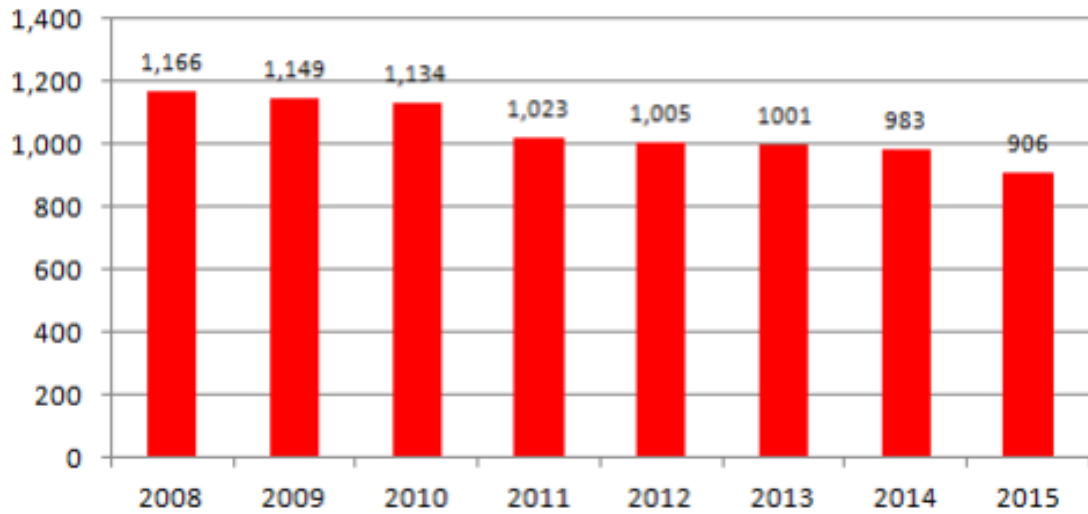
Respecto a la dimensión Ambiente político legal del país, se tiene el Decreto Legislativo N°1084 - Sistema de Límites Máximos de Captura por Embarcación:

Fue dado el 2008 en circunstancias de exceso de flota pesquera anchovetera entre 30 y 45 por ciento, excesiva presión sobre el recurso anchoveta, días laborales al año reducidos en 52 días de pesca ese 2008, sobreinversión motivada ante necesidad de producir en tiempos cortos, contaminación ambiental causada por efluentes y emisiones, inestabilidad en el empleo e informalidad en el sector. Su finalidad fue un sistema de asignación de límites de captura por embarcación en la pesquería de la anchoveta para consumo humano indirecto que buscaba mejorar las condiciones para la modernización del sector, promover el desarrollo sostenido y contribuir con la alimentación, empleo e ingresos, asegurar un aprovechamiento responsable de los recursos hidrobiológicos, en armonía con la preservación del medio ambiente y la conservación de la diversidad. ¿Qué logró el D.L.1084? Años 2008 – 2015: menor presión de pesca o sea menor captura diaria y menor número de embarcaciones pesqueras, mayor duración de las temporadas de pesca, menor contaminación por menor congestión en puertos, inversiones orientadas a actividades con mayor valor, mejores indicadores de acciones de seguimiento, control y vigilancia SCV, y disminución de las infracciones. (Produce, 16 Enero 2016).

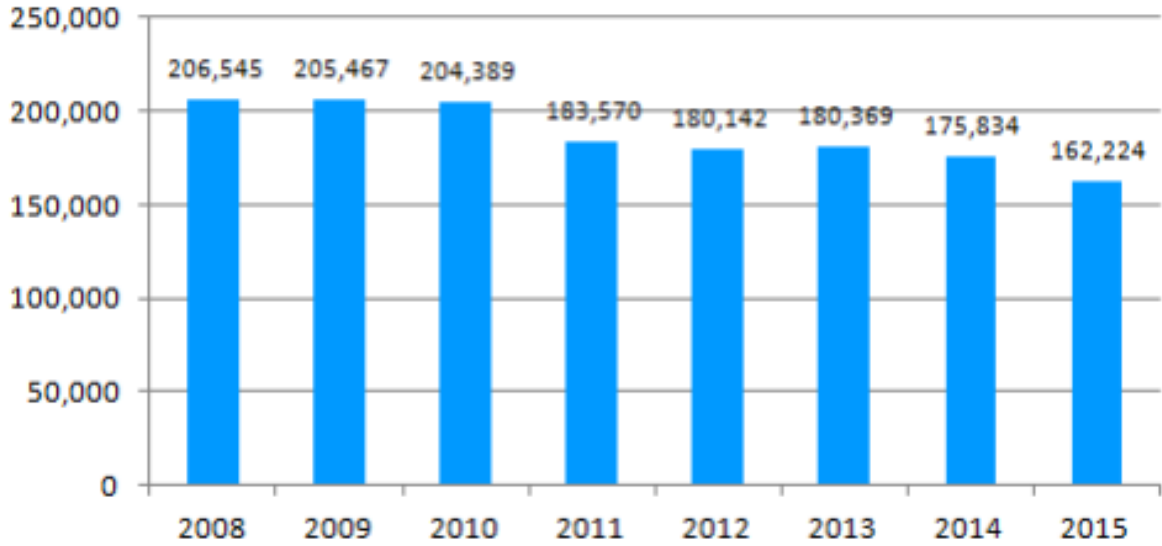
A continuación, se presentan unos datos que corroboran la influencia positiva del ambiente político legal definido por esta norma. Por favor vea las Figuras 51, 52, 53 y 54.



Fuente: Ministerio de la Producción 2016
FIGURA 51. Biomasa de anchoveta, LMCTP, Desembarque 2008 - 2015

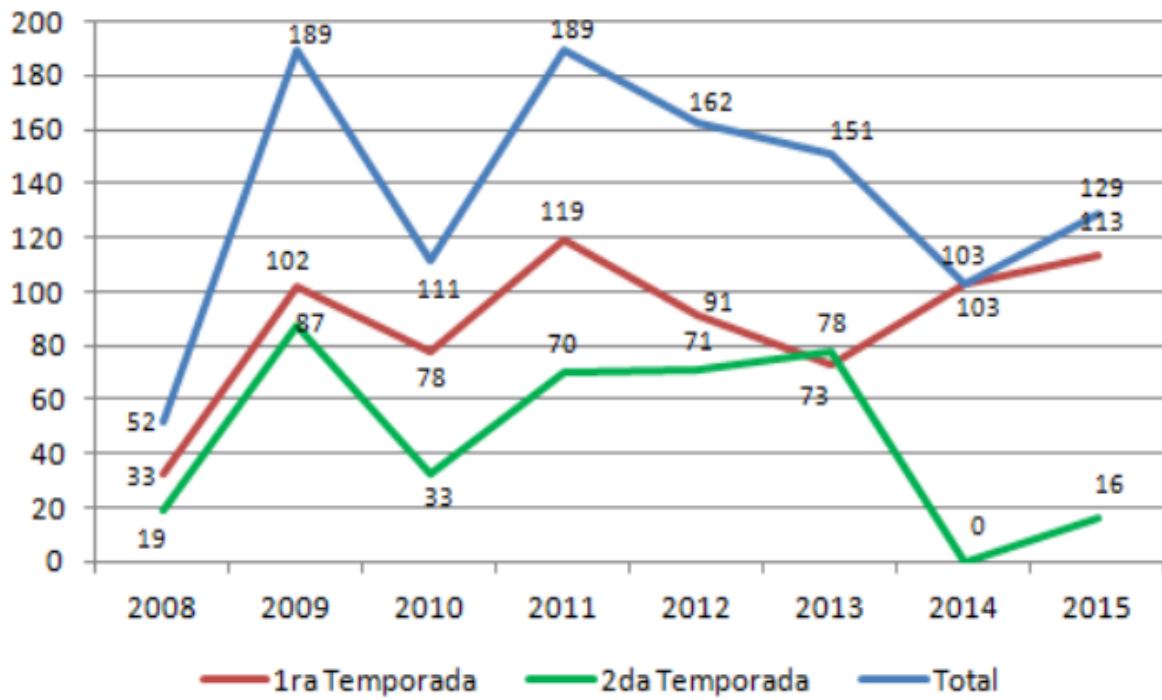


Fuente: Ministerio de la Producción 2016
FIGURA 52. Número de embarcaciones pesqueras industriales para consumo humano indirecto



Fuente: Ministerio de la Producción 2016

FIGURA 53. Capacidad de bodega en metros cúbicos de embarcaciones pesqueras industriales para Consumo Humano Indirecto



Fuente: Ministerio de la Producción 2016

FIGURA 54. Número de días de pesca de anchoveta por temporada Zona Norte Centro

De las 36 empresas pesqueras con licencias vigentes, solo 18 han procesado anchoveta en el 2014 y 2015. (Oré y Olórtégui, 2021). El gobierno peruano no pudo abrir la segunda temporada de pesca el 2014 porque el Fenómeno del Niño Costero afectó la disponibilidad del recurso anchoveta en el litoral marítimo. A continuación, se presentan las ventas en harina y aceite de pescado por empresas en Perú 2015.

TABLA 94 - Ventas en harina y aceite de pescado por empresas en Perú 2015

EMPRESAS	VENTAS USD	PARTICIPACIÓN
01. Tecnológica de Alimentos S.A.	415,462,347.00	27.47%
02. Corporación Pesquera Inca S.A.C.	230,794,578.00	15.26%
03. Pesquera Diamante S.A.	174,060,049.00	11.51%
04. Pesquera Exalmar S.A.	155,149,673.00	10.26%
05. Pesquera Hayduk S.A.	128,259,233.00	8.48%
06. CFG Investment S.A.C.	129,872,551.00	8.59%
07. Austral Group S.A.	127,846,733.00	8.45%
08. Pesquera Centinela S.A.C.	49,451,651.00	3.27%
09. CIA Pesquera del Pacífico Centro	19,829,810.00	1.31%
10. Pesquera Cantabra [sic] S.A.	21,227,947.00	1.40%
11. Pesquera Caral S.A.	12,782,238.00	0.85%
12. Pesquera Rubí S.A.	8,754,777.38	0.58%
13. Pesquera Capricornio S.A.	14,296,557.00	0.95%
14. Procesadora de Productos Marinos S.A.	12,586,562.00	0.83%
15. Pesquera Pelayo S.A.C.	7,160,876.00	0.47%

16. Pesquera JADA S.A.	2,693,644.00	0.18%
17. Procesadora del Campo S.A.C.	2,007,800.91	0.13%
18. Corporación PFG - Centinela S.A.C.	249,563.71	0.02%
TOTAL	1,512,486,591.00	

Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2015); citado por Oré y Olórtegui (2021)

Estas empresas están distribuidas en distintas ubicaciones en las costas del litoral peruano.

A manera de discusión de la dimensión Ambiente económico en el país, se tienen las expectativas del precio de la harina de pescado y los efectos del covid-19 en el sector pesquero.

El Presidente de Pacific Control S.A.C. detalló que según el Banco Central de Reserva de Perú el precio de harina de pescado se situó el 2019 en 1434.6 dólares por tonelada métrica, el 2020 en 1368.7 dólares y el 2021 en 1493.6 dólares. Explicó que el impacto que tuvo el covid-19 en la exportación de harina y aceite de pescado fue en el proceso de embarque, debido a que se bloqueó el ingreso de contenedores al mercado de China. Señaló que la producción de harina se adecuó rápidamente al protocolo sanitario del covid-19 y se respetó el programa anual de pesca. Entre las dificultades que las empresas afrontan en las certificaciones para exportar harina de pescado se menciona que la trazabilidad no está sistematizada, las demoras en la emisión del certificado sanitario y la demora en la corrección de la documentación de certificación sanitaria. Diario Oficial El Peruano (26 Octubre 2022).

Por otro lado, también se tiene el dato de las exportaciones de harina de pescado Enero – Julio 2023 y los efectos del Fenómeno del Niño, que afectó más la economía del sector. Por favor, vea la Tabla 55.

La escasa producción de harina de pescado debido al Fenómeno del Niño costero actual -2023- y el “Global” -2024- próximo a manifestarse en el mar peruano, ha afectado las exportaciones con la cancelación de la primera temporada de pesca industrial de anchoveta del 2023 para producción de harina de pescado. Las exportaciones que se registran corresponden básicamente a la producción obtenida a partir de lo pescado en la segunda

temporada de pesca del 2022. De esta manera, los stocks generados en dicha temporada han permitido las exportaciones hasta agotarse en abril del presente año 2023. En la Figura 55 se puede apreciar que el muy pequeño repunte de julio correspondería a la producción lograda con la primera pesca exploratoria. Esto es importante, pues da una idea más clara de cómo es la dinámica del stock de la producción. Según el país de destino, China es el principal comprador con el 80%. Sin embargo, Ecuador ha ganado en importancia respecto a otros años debido a su expansión acuícola: en lo que va del 2023 ocupa el segundo lugar junto con Alemania, ambos con el 4%. (OCEANA, 8 Setiembre 2023).

El Ministerio de la Producción no abrió la primera temporada de pesca en abril-julio del 2023 por falta de disponibilidad de recurso anchoveta en el litoral peruano dado que el Fenómeno del Niño Costero indujo que la biomasa cambie a un hábitat al sur y mucho más profundo con temperatura ideal para sobrevivir. El 22 de octubre se publica la Resolución Ministerial N°0358-2023-PRODUCE de 20 de octubre de 2023 que autoriza la segunda temporada de pesca a partir del 26 de ese mes con una cuota de pesca de 1 millón 682 mil toneladas métricas de anchoveta considerando las medidas de manejo necesarias para garantizar la protección de la fracción juvenil del stock con una tasa de explotación E menor que 0,35 (Diario Oficial El Peruano, 22 octubre 2023).

Cabe aclarar que la segunda temporada de pesca tenía que abrir la primera semana de octubre 2023 hasta enero 2024, pero recién se autorizó para el 26 de ese mes. Y los armadores de embarcaciones industriales de madera y las empresas pesqueras Copeinca, Hayduk y Diamante anunciaron el cese de sus operaciones en circunstancias de un Fenómeno del Niño Costero empezado en marzo 2023 y un Niño Global que se pronosticó para enero 2024.

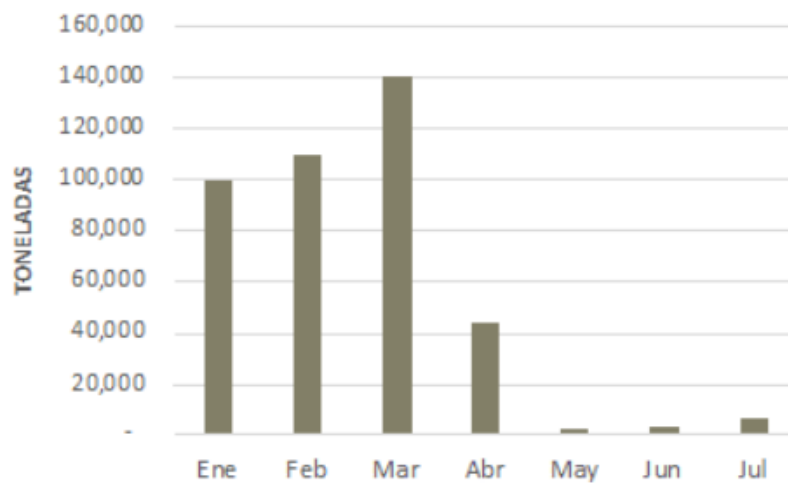
El 30 octubre 2023 Revista Forbes publicó que Pesquera Hayduk, Copeinca y Pesquera Diamante paralizaron sus labores operativas hasta nuevo aviso. La razón de esta decisión corresponde a la reciente decisión del Ministerio de la Producción PRODUCE de autorizar el inicio de la segunda temporada de pesca de anchoveta el jueves pasado -22 de octubre- con una cuota de captura establecida de 1,68 millones de toneladas métricas, una cuota bastante menor frente a los 2,28 millones de TM establecidos en la misma temporada del

2022. También menciona a la Sociedad Nacional de Pesquería que sostiene que el sector pesca ha reducido su actividad en 28,8 por ciento entre enero y agosto de 2023.

Cabe observar que el ambiente económico en el país ha sido afectado por la presencia de condiciones climáticas marítimas desfavorables tanto para la biomasa de anchoveta como para el sector industrial pesquero peruano que ha visto reducida su actividad en 28,8 % en los ocho primeros meses del 2023 y un último trimestre incierto tanto para las empresas pesqueras que generan divisas, sus trabajadores y proveedores, como para las autoridades que regulan el sector.

El precio promedio mensual de las exportaciones ha fluctuado de 1620 a 1770 dólares por tonelada métrica. Se espera otro pequeño repunte de las exportaciones con lo producido en la segunda pesca exploratoria, probablemente con mayor precio por TM. Esto debido a que Perú es el principal proveedor mundial de este producto y, por ello, hay una importante reducción de la oferta. Esto se reflejará en una subida de precios. (OCEANA, 8 Setiembre 2023).

A continuación, se presentan unos datos que corroboran la influencia expectante del ambiente económico en el país determinado por el Fenómeno del Niño 2023 y la norma Decreto Legislativo N°1084.



Fuente: OCEANA (8 Setiembre 2023).

FIGURA 55. Exportación de harina de pescado por empresas regidas por el DL 1084
Enero – Julio 2023

A manera de discusión de la dimensión Procesos y Resultados de la variable éxito empresarial de la empresa pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú, en temporada de pesca la oficina principal de JADA envía sus barcos pesqueros a las zonas autorizadas por PRODUCE a lo largo del litoral marítimo peruano. “El litoral marítimo está conformado por dos zonas: Norte-Centro y Sur; al año se dan dos temporadas de pesca para cada zona”. (Paredes y Gutierrez, 2021; citado por Oré y Olórtegui, 2021, p.129).

“Las empresas con mayor participación en la cuota de pesca son TASA 15%, COPEINCA 11.1%, Diamante 9 %, Exalmar con 7%, Hayduk 7%, CFG 6%, Austral 6% y Centinela 2%”. (PRODUCE, 2015; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.126).

“La mayoría de las embarcaciones de mayor capacidad están integradas verticalmente con los establecimientos industriales pesqueros; además, existen alianzas estratégicas con las embarcaciones independientes”. (PRODUCE, 2014; citado por Oré y Olórtegui, 2021, p.129).

“El sector industrial de procesamiento de harina y aceite de pescado está compuesto por 37 empresas de capital nacional e internacional”. (PRODUCE, 2015; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.130).

“Estas empresas están localizadas en la costa de Perú, desde Piura hasta Arequipa”. (SANIPES, 2021; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.130).

“Todas cuentan con embarcaciones propias y además compran pesca de embarcaciones particulares previo convenio de abastecimiento”. (PERUANO, 2021; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.130).

“En el sector industrial pesquero se observó el ingreso de empresas internacionales, las cuales están comprando empresas pesqueras y tienen participación como accionistas en otras”. (Hayduk, 2021; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.130).

“En el 2006 ingresó el grupo China Fishery Group Limited en alianza con Pacific Andes adquiriendo algunas empresas en Perú dedicadas a la producción de aceite y harina de

pescado; para el 2014 adquirió la empresa COPEINCA“. (Gestión, 2021; El Economista, 2021; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.130).

“Según Paredes y Gutiérrez (2021) las empresas pesqueras compiten con precios altos para la obtención de materia prima de embarcaciones independientes. Las embarcaciones independientes son en su mayoría de madera con una capacidad menor a 100 metros cúbicos”. (Paredes y Gutierrez, 2021; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.130).

“En el Perú existen 83 plantas procesadoras con una capacidad de producción de 8047 Toneladas por Hora; Tecnológica de Alimentos es la que cuenta con la mayor cantidad de plantas (12) y una capacidad instalada de 1703Tn/Hr”. (PRODUCE, 2015; citado por Oré y Olórtegui 2021, p.131).

Ahora corresponde abrir la ventana del país del 2012 al 2020 a través de la cual se puede apreciar que las exportaciones de Harina y Aceite de Pescado del Perú tiene una participación promedio del 31,6 % del mercado mundial.

Por favor, vea la Tabla 95 sobre exportación peruana en dólares de harina de pescado 2012-2020 y la Tabla 96 sobre exportación peruana en dólares de aceite de pescado 2012-2020.

TABLA 95 - Exportación de Harina de Pescado 2012-2020

AÑO	EXPORTACIONES DE HARINA USD		PARTICIPACIÓN ANUAL	PARTICIPACIÓN PROMEDIO
	Del país	Mundo		
2012	1,770,047,814	4,586,184,307	38.6%	
2013	1,369,293,389	4,591,912,971	29.8%	
2014	1,337,913,430	4,166,235,088	32.1%	
2015	1,175,717,000	4,223,587,000	27.8%	
2016	1,013,064,000	3,999,778,000	25.3%	31.6%
2017	1,474,858,000	4,302,572,000	34.3%	
2018	1,576,886,000	4,572,408,000	34.5%	
2019	1,502,917,000	4,366,858,000	34.4%	
2020	1,171,895,000	4,264,303,000	27.5%	

Fuente: Trade statistics for international business development (2021); citado por Oré y Olórtegui (2021)

TABLA 96- Exportación de Aceite de Pescado 2012-2020

AÑO	EXPORTACIONES DE HARINA USD		PARTICIPACIÓN ANUAL	PARTICIPACIÓN PROMEDIO
	Del país	Mundo		
2012	541,664,782	2,239,718,315	24.2%	
2013	342,375,759	2,143,103,687	16.0%	
2014	395,320,973	1,905,495,432	20.7%	
2015	293,335,000	1,628,368,000	18.0%	
2016	268,579,000	1,642,535,000	16.4%	20.8%
2017	329,809,000	1,610,312,000	20.5%	
2018	373,706,000	1,843,885,000	20.3%	
2019	414,486,000	1,996,099,000	20.8%	
2020	365,451,000	1,202,210,000	30.4%	

Fuente: Trade statistics for international business development (2021); citado por Oré y Olórtegui (2021)

A continuación, se presenta una discusión de algunos resultados de la investigación de OIT (2021) sobre los factores del éxito y la dimensión Factores institucionales de la variable éxito empresarial de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú.

Según OIT (2021), dice que el 2020 Siepel y Dejardin indicaron que hay diferentes enfoques para medir el desempeño de una empresa y su “éxito”; por ejemplo, los constructos que los estudios empíricos suelen identificar para medirlo son el empleo, el volumen de negocios, las ganancias antes de impuestos y la productividad. Otros indicadores incluyen los activos totales, las cuotas o participaciones de mercado, el rendimiento sobre el capital, la valoración de mercado o precio de las acciones para las empresas que cotizan en bolsa. Pero una vez identificado el constructo para medir el desempeño o éxito, cómo se deduce que un resultado sea exitoso; la respuesta es empleando la forma de medición más utilizada, el crecimiento.

El crecimiento del empleo es un indicador clave del desarrollo del negocio a mediano y largo plazo, y de gran valor para el análisis. La literatura sobre el crecimiento de las empresas sugiere que el crecimiento del volumen de negocios -ventas de la empresa- y el crecimiento del empleo son mutuamente dependientes (Coad et al. 2017; citado por OIT, 2021, p.4).

Las ganancias son un indicador clave para el emprendedor o gerente de una empresa (Siepel y Dejardin 2020; citado por OIT, 2021).

ILO-ACT/EMP (2020) citado por OIT (2021) indican que la productividad es una medida de la eficiencia en el uso de los factores de producción. En el análisis empírico se utilizan mediciones parciales como la productividad del capital; a su vez, la productividad laboral y el valor agregado bruto por hora de trabajo son indicadores frecuentes de la productividad laboral (p. 4).

OIT (2021) afirma que la supervivencia de una empresa es de alguna manera un indicador de su capacidad para seguir adelante con el negocio. Y, en ocasiones, para un pequeño empresario el éxito puede traducirse como la posibilidad de competir de manera sostenida en el mercado sin crecer.

En cuanto al indicador Diseño organizativo/gestión interna de la dimensión Factores institucionales de la variable éxito empresarial de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú, coincide con OIT (2021) cuando sostiene que ser una empresa productiva se requieren estrategias de negocios y prácticas de gestión adecuadas para el uso de sus recursos y capacidades. Tal es el caso de los sistemas de calidad de buenas prácticas de manufactura GMP y de suministro responsable Marin Trust MT implementados en esta empresa pesquera, donde el incremento de la eficiencia y a su vez el aumento de productividad puede permitir que la empresa ahorre y decidiría reinvertir en el desarrollo de las competencias de los trabajadores y en maquinaria y equipo, lo que a su vez permitiría la acumulación de capital. A la larga, este proceso facilitaría el acceso al crédito o una amortización del capital según sea el caso, y alentaría una mayor reinversión en la actualización de los procesos productivos, la diversificación y el crecimiento de la producción.

OIT (2021) recomienda a las organizaciones empresariales que brindan soporte profesional en el país que tengan en cuenta en su diseño de servicios de apoyo o de propuestas de políticas que promueven el espíritu empresarial, el uso de factores como las características del

emprendedor, la estructura de la empresa, el sector de actividad, y el entorno empresarial general en el que se desarrolla una operación empresarial formal.

OIT (2021) también recomienda a las organizaciones empresariales que brindan soporte profesional en el país que consideren desempeñar un papel de liderazgo para apoyar y acelerar la digitalización de las PYME proporcionándoles servicios a la medida. Es importante ayudarlas a racionalizar los cambios que ocurrirán irremediablemente y que han sido generados por la pandemia. Se requiere asesoría sobre cómo digitalizar y modernizar procesos, en cualquier área funcional, incluyendo gestión de la información y análisis de datos, administración general y de recursos humanos, gestión general, procesos productivos y logísticos, marketing, comercialización y todo tipo de relaciones con proveedores, clientes y otros grupos de interés (p. 53).

Se termina la discusión de resultados centrando la atención en la unidad de estudio de la presente investigación, fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal ubicadas en la Lotización Industrial Gran Trapecio, Chimbote-Perú 2023.

Es una experiencia empresarial que inició en el seno de una familia peruana hace más de 20 años que requirió de un trabajo inteligente para desarrollarse al estado de planta regulada. Un trabajo inteligente y una planta regulada que coinciden con las dimensiones macroentorno, redes de soporte social, factores personales y factores institucionales de la variable éxito empresarial.

Están manejando un nivel de fidelización superior al de rotación de talento humano toda vez que el empresario cuenta con personal que trabaja con él hace más de veinte años. Una fidelización que coincide con la dimensión ambiente laboral de la variable responsabilidad social empresarial.

Se encuentran trabajando con un paradigma de sinceridad, responsabilidad e inocuidad, necesario para operacionalizar sus sistemas de calidad de Buenas Prácticas de Manufactura GMP y de Suministro Responsable Marin Trust MT; incluyendo procedimientos

operacionales estándares de saneamiento y un plan de análisis de peligros y puntos críticos de control. Ese paradigma coincide con las dimensiones Ética empresarial, Ambiente laboral, Medioambiente, y Compromiso con la comunidad y Marketing responsable de la variable Responsabilidad Social.

No tienen implementado un sistema de responsabilidad social empresarial tipo ISO 26000 por ejemplo. Sin embargo, el paradigma de sinceridad, responsabilidad e inocuidad que el tesisista encontró en la organización mencionada tiene cohesión con los principios de responsabilidad social.

Los resultados obtenidos en esta investigación de corte transversal con este modelo piloto de responsabilidad social y éxito empresarial no necesariamente serán iguales a los que se obtengan en otra empresa pesquera porque el personal de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal es distinto al de otra empresa. Sin embargo, sí cabría el análisis comparado de empresas.

La idea de responsabilidad social está muy bien posicionada en los directivos porque no marcaron las respuestas Nunca, Casi Nunca o A Veces en las encuestas de responsabilidad social.

La idea de responsabilidad social está posicionada en los empleados en menor grado que los directivos porque la gran mayoría de empleados no marcaron las respuestas Nunca o Casi Nunca pero sí marcaron la respuesta A Veces en alrededor de 3, 4 o 5 encuestas por indicador.

La idea de responsabilidad social está posicionada en los trabajadores en menor grado que los empleados porque existen algunos trabajadores que marcaron la respuesta Nunca en alrededor de 1, 2 o 3 encuestas en 5 indicadores. Y algunos marcaron la respuesta Casi Nunca en alrededor de 1 o 2 encuestas en 9 indicadores. Y algunos marcaron la respuesta A Veces en alrededor de 1, 2, 3, 4, 5 o 6 encuestas en todos los indicadores.

La idea de éxito empresarial está muy bien posicionada en los directivos porque no marcaron las respuestas Nunca, Casi Nunca o A Veces en las encuestas de éxito empresarial.

La idea de éxito empresarial está posicionada en los empleados en menor grado que los directivos porque ninguno marcó la respuesta Nunca y la gran mayoría de empleados no marcaron la respuesta Casi Nunca pero sí marcaron la respuesta A Veces en alrededor de 3, 4 o 5 encuestas por indicador.

Si bien es cierto que el nivel de puntaje de la variable responsabilidad social fue ‘Alto’ considerando la contribución de trabajadores, empleados y directivos; los trabajadores contribuyeron en un ligero menor grado porque éstos asignaron un nivel de puntaje ‘Medio’ a los indicadores Ética del empresario y Capacitación en ética a diferencia de los empleados y directivos que asignaron un nivel de puntaje ‘Alto’ a todos los indicadores de responsabilidad social. Todo esto se pudo dar gracias a los protocolos en planta y flota que el Área de Aseguramiento de la Calidad y sus Superintendencias utilizan para operativizar sus sistemas de Suministro Responsable Marin Trust MT y de Buenas Prácticas de Manufactura GMP.

El nivel de puntaje de la variable éxito empresarial fue ‘Alto’ considerando la contribución de empleados y directivos porque ellos asignaron el nivel ‘Alto’ a todos los indicadores de éxito empresarial. También, gracias a sus sistemas de Suministro Responsable Marin Trust MT y de Buenas Prácticas de Manufactura GMP.

Cada encuesta ha servido para saber por añadidura, qué idea tiene la comunidad acerca de responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023, porque esta investigación comprendió un análisis de datos recopilados en una muestra probabilística de su personal con trabajadores, empleados y directivos; y sabiendo que el personal radica en la mencionada ciudad con sus respectivas familias en sus hogares, también forma parte de la comunidad aledaña.

Todas las pruebas de hipótesis arrojaron el mismo resultado, una correlación lineal positiva y significativa al nivel 0,01. Lo que lleva a concluir que el modelo piloto de indicadores y dimensiones de las variables responsabilidad social y éxito empresarial deducido en este trabajo de investigación sí es fiable y, por ende, replicable.

La prueba de hipótesis general obtuvo una correlación lineal positiva moderada, mientras que las ocho hipótesis específicas arrojaron pruebas con correlación lineal positiva moderada a excepción de dos hipótesis con correlación lineal positiva baja -ambiente laboral con éxito empresarial y medioambiente con éxito empresarial.

Los niveles de puntaje ‘Altos’ obtenidos bajo este modelo piloto han permitido concluir que el éxito empresarial no solo tiene que fundarse sobre los resultados económicos, sino que tiene que articularse a procesos que desde la gestión interna generen un escenario de desarrollo sostenible en el que sus actividades estén soportadas por el crecimiento en el largo plazo.

Se ha visto que la responsabilidad social, la responsabilidad ambiental, el procesamiento responsable, la trazabilidad de la materia prima, la trazabilidad del producto y la trazabilidad del cliente son componentes importantes del Sistema de Suministro Responsable Marin Trust que Pesquera JADA S.A. y su oficina principal operacionalizan mediante protocolos. Por eso, esto satisface las exigencias de los países fabricantes de alimentos balanceados en Europa, Asia y Estados Unidos; confiando y prefiriendo proveedores de harina y aceite de pescado con certificaciones de calidad MT.

7.2. CÓMO AVANZÓ LA COMPRESIÓN DEL PROBLEMA DE ESTUDIO

En artículos y tesis anteriores se halló un conjunto de estudios como Responsabilidad Social Empresarial RSE en la industria pesquera marplatense, Éxito de industrias manufactureras y beneficios sociales en Manta, Responsabilidad Social Corporativa RSC de industria atunera y desarrollo socioeconómico sostenible en Manta, Prácticas de RSE de empresas familiares mexicanas y éxito competitivo e innovación, RSE y gestión empresarial

de empresas colombianas, Factores del fracaso empresarial, Calidad de producción y RSE de Consorcio Pesquero El Ferrol, Aplicación móvil y RSE de Pesquera Hayduk, RSE externa de la empresa pesquera y desarrollo social de Las Delicias, RSE en la industria pesquera de Sechura, RSE de pesquera ARCOPA y bienestar de la comunidad aledaña, Gerencia estratégica y RSE en la rentabilidad de Pesquera Exalmar.

Todas éstas fueron publicaciones que brindaron alguna idea para entender la realidad problemática de la naturaleza de estudio y el problema de investigación del presente trabajo, que dice: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?

Algunos indicadores de Éxito Empresarial y Responsabilidad Social deducidos en esta investigación tienen coincidencia con los constructos expuestos en Factores del Fracaso Empresarial de Jánica et al. (2023), además de las publicaciones mencionadas. Liderazgo, Apoyo familiar, perfil del empresario, entorno económico y legal, y marketing.

El presente trabajo contribuye con un modelo piloto de indicadores de Responsabilidad Social y Éxito Empresarial deducidos a partir de las teorías presentadas en las bases teóricas según Correa et al. (2004) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, y de Quintana (2001); adecuadas a la realidad de las empresas latinoamericanas y del sector pesquero. Por favor vea la sección 3.2.3.1 de indicadores de responsabilidad social y la sección 3.2.3.2. de indicadores de éxito empresarial en las bases teóricas del Capítulo III.

Este informe final aporta un paradigma de sinceridad, responsabilidad e inocuidad que la naturaleza de estudio y sus directivos pusieron en práctica antes del trabajo de campo de la presente investigación. Un paradigma que destaca en la realidad problemática de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023 debido a su necesidad de mantener la operativización de sus sistemas de calidad mediante protocolos.

Este informe final también aporta una síntesis de los sistemas de buenas prácticas de manufactura GMP y de suministro responsable Marin Trust MT implementados antes del trabajo de campo en la fábrica mencionada.

Cabe mencionar que este informe final también contribuye con unos razonamientos matemáticos detallados y unos algoritmos descritos en el procesamiento de datos así como también en el análisis y en la discusión de resultados; pues estuvieron orientados a los estudios de las ciencias empresariales con el propósito de ser consecuente con la línea de investigación de gestión y fortalecimiento de la formación profesional en conexión al trabajo y el crecimiento socioeconómico.

Finalmente, en una de las revisiones de los productos científicos se halló una iniciativa de Pesquera Hayduk para interactuar con la comunidad de Coishco-Chimbote a través de una aplicación móvil descargable al teléfono celular del poblador por Google Play. Esto constituye un ejemplo de macrotendencia del uso de tecnologías planteado en el modelo piloto de indicadores de responsabilidad social y éxito empresarial.

7.3. APOORTE CIENTÍFICO

A fin de concretizar la correlación lineal positiva, hallada en el trabajo de campo, de la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote 2023, en esta sección se hace el planteamiento de cuatro entidades integradas que previenen y solucionan los problemas con un seguimiento de control de pronóstico en las operaciones de la planta y la oficina principal.

Se plantea un aporte que integra las siguientes entidades: (a) Procedimientos operacionales estándares de saneamiento POES; (b) Plan de análisis de peligros y puntos críticos de control HACCP; (c) Sistema de buenas prácticas de manufactura GMP; (d) Sistema de suministro responsable Marin Trust MT.

Ciertamente, dichas entidades permiten prever y/o solucionar necesidades laborales y ambientales, confianza y satisfacción de la comunidad, confianza y preferencia del cliente; siendo consecuentes con el nuevo paradigma que se plantea en el presente informe final de tesis: El Paradigma de Sinceridad, Responsabilidad e Inocuidad.

7.3.1. PROCEDIMIENTOS OPERACIONALES ESTÁNDARES DE SANEAMIENTO POES (JADA, 2022 a)

Los POES están establecidos en el manual de procedimientos operacionales estándares de saneamiento de Pesquera JADA S.A., JADA (2022 a), y se sintetiza a continuación:

Los POES están desarrollados en nueve condiciones y prácticas principales: (1) Seguridad del agua; (2) Condición y limpieza de las superficies que contactan con el alimento; (3) Prevención de la contaminación cruzada; (4) Mantenimiento y facilidades de los servicios higiénicos; (5) Protección del producto contra adulterantes; (6) Rotulación, almacenamiento y uso de compuestos tóxicos; (7) Condiciones de salud de los trabajadores; (8) Control y prevención de plagas; (9) Gestión de residuos.

Importancia. Son importantes para reducir riesgos de contaminación vigilando, controlando y corrigiendo las condiciones y prácticas de saneamiento; aplicando un buen sistema de limpieza y de desinfección.

Justificación. Se justifican porque los mercados nacional e internacional exigen que conservemos nuestros productos seguros.

Objetivo. Establecer los procedimientos para mantener las condiciones higiénicas sanitarias necesarias para prevenir y/o reducir la posible contaminación antes, durante y después del procesamiento de la harina y aceite de pescado y de esta manera asegurar la inocuidad.

Alcance. Los POES se aplican a la zona de procesamiento, que comprende todas las instalaciones de proceso desde la descarga de materia prima hasta el almacenamiento de la harina y aceite de pescado; a las zonas de apoyo, que comprenden las áreas administrativas, comedor, servicios higiénicos, laboratorio, talleres, almacén, vigilancia, oficina SSOMA y tóxico; al personal, que comprende todos los trabajadores de la empresa y terceros.

Referencias normativas. Las normas legales que más resaltan son: (a) el manual de indicadores o criterios de seguridad alimentaria e higiene para alimentos y piensos de origen pesquero y acuícola. Revisión junio 2016-SANIPES; (b) la norma sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano. RM 591-2008/MINSA; (c) el DS N°022-2001-SA: Reglamento de la Ley General de Salud N°26842 en lo que concierne a las actividades de Saneamiento Ambiental en viviendas, establecimientos comerciales, industriales y de servicios; (d) el reglamento CE N°853/2004, por el que se establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal.

Control de pronóstico. Mediante registros de control de cloro residual, de saneamiento del almacén de productos terminados, de saneamiento de equipos – zona húmeda, de saneamiento – zona seca, de inspección de limpieza de superficies de no contacto -áreas de apoyo, de control de desratización, de desinsectación de áreas de apoyo, de generación

de residuos sólidos -peligrosos y no peligrosos, de residuos peligrosos, de indumentaria e higiene personal planta de harina, de indumentaria e higiene personal de terceros, de salud del personal, de inspección de limpieza de cisternas, de saneamiento de embarque, de inspección a comedor, de manejo de adulterantes y compuestos tóxicos.

7.3.2. PLAN DE ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL HACCP (JADA, 2022 b)

El HACCP está establecido en el manual del plan de análisis de peligros y puntos críticos de control de Pesquera JADA S.A., JADA (2022 b), y se sintetiza a continuación:

El Plan HACCP está desarrollado en trece pasos que se detallan a continuación: (1) Formar el equipo HACCP y el equipo de validación; (2) Descripción de productos; (3) Registro de uso previo; (4) Determinar la información del proceso; (5) Evaluar la información del proceso; (6) Definir el programa de requisitos previos; (7) Análisis de peligros; (8) Determinar los puntos críticos de control PCC; (9) Determinar los estándares para los PCC; (10) Monitoreo de los PCC; (11) Definir medidas correctivas; (12) Validación y verificación del plan HACCP; (13) Documentación y registro del plan HACCP.

Importancia. Es importante para garantizar la inocuidad y la seguridad alimentaria de la harina y aceite de pescado contra la presencia de microorganismos patógenos y/o contaminantes vigilando, controlando y corrigiendo las condiciones y procesos en la planta.

Justificación. Se justifica porque en la planta se presentará la necesidad de concretar medidas correctivas, procedimientos de verificación o cuando los clientes indiquen que se requiere de mejoras operacionales.

Objetivo. Establecer los pasos para gestionar la seguridad alimentaria del alimento con el equipo HACCP y el equipo de validación, la descripción de la harina y aceite de pescado

que se produce en la planta, la información del proceso, el análisis de peligros, los puntos críticos de control, medidas correctivas y, documentación y registro del plan HACCP.

Alcance. El Plan HACCP se aplica en la planta desde la descarga y recepción de materia prima hasta el almacenamiento y la comercialización de la harina y el aceite de pescado, abarcando lo siguiente: (1) Procesos: descarga, recepción, almacenamiento de materia prima, producción, transporte interno, almacenamiento interno y externo de harina de pescado, despacho de harina y aceite de pescado, y embarque; (2) Subprocesos: cocción, drenado, prensado, molienda, separación, centrifugación, evaporación, secado uno, secado dos, enfriado, purificado, molienda seca, envasado del producto terminado y recuperación secundaria.

Referencias normativas. Las normas legales que más resaltan son: (1) el Reglamento CE N°1774/2002, por el que se establecen las normas sanitarias aplicables a los subproductos animales no destinados al consumo humano; (2) el Reglamento CE N°2160/2003, sobre el control de salmonella y otros agentes zoonóticos específicos transmitidos por alimentos; (3) el Reglamento CE N°183/2005, por el que se fijan requisitos en materia de higiene de los piensos. Este reglamento determina que todas las actividades que se realizan durante cada una de las etapas de producción de los alimentos para animales estén incluidas y deberán aplicar los principios del HACCP, que sirven como herramienta para preparar e implementar el Sistema HACCP.

Control de pronóstico. Mediante registros de control de temperatura en el punto crítico de control de la etapa de secado, de control de antisalmonélicos, de control de aditivos para el agua de calderas, de control de antioxidante.

7.3.3. SISTEMA DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA GMP (JADA, 2022 c)

El GMP está establecido en el manual de buenas prácticas de manufactura de Pesquera JADA S.A., JADA (2022 c), y se sintetiza a continuación:

El Sistema GMP está desarrollado en los siguientes componentes: (01) Materia prima; (02) Diseño e instalaciones de planta; (03) Control de las operaciones; (04) Mantenimiento y programa de saneamiento; (05) Salud e higiene del personal; (06) Transporte del producto; (07) Información de los productos; (08) Capacitación.

Importancia. El sistema GMP es importante para garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuya los riesgos de contaminación o adulteración. Y así asegurar la provisión de alimentos inocuos y aptos para el consumo.

Justificación. Se justifica porque el acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias -MSF- de la Organización Mundial del Comercio OMC confirma el derecho de los países mercado a aplicar las medidas de inocuidad necesarias.

Objetivo. Aplicar los principios generales de higiene y las buenas prácticas de manufactura GMP de forma tal que permita asegurar la producción de harina y aceite de pescado inocuos y de calidad. Y garantizar la producción de aceite de pescado inocuo y de calidad destinado al consumo humano.

Alcance. El sistema GMP se aplica en las etapas de materia prima, producción, almacenamiento y transporte de la harina y aceite de pescado.

Referencias normativas. Las normas legales que más resaltan son: (1) las especificaciones contenidas en el código internacional de prácticas recomendado - Principios Generales de Higiene de los Alimentos [CAC/RCP 1969, Rev. 4 (2003)] del Codex Alimentarius; (2) el Reglamento sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas en sus considerandos y en su artículo 1 del Título 1 [D.S. 007-98-SA].

Control de pronóstico. Mediante registros de control de recepción de materia prima apta para el procesamiento, de tratamiento y recuperación de sanguaza producida durante el almacenamiento de pescado; de tratamiento y recuperación de sólidos y grasas del proceso; de monitoreo de los parámetros del proceso; de programa de mantenimiento preventivo anual; de programa de saneamiento -incluido en el POES; de monitoreo de

salud del trabajador; de control médico semestral del trabajador; de inspección de limpieza de camiones cisterna; de saneamiento de embarque; de ficha técnica de harina de pescado; de ficha técnica de aceite de pescado; de hoja de seguridad de harina de pescado; de hoja de seguridad de aceite de pescado; de registro de capacitación del personal; del programa de capacitación anual; del file de cada trabajador; del manual de organización y funciones de la empresa.

7.3.4. SISTEMA DE SUMINISTRO RESPONSABLE MARIN TRUST MT (JADA, 2022 d)

El Marin Trust está establecido en el manual de suministro responsable de Pesquera JADA S.A., JADA (2022 d), y se sintetiza a continuación:

El Marin Trust está desarrollado en seis secciones que se detallan así:

(1) Prácticas de abastecimiento responsable con el código de conducta para la pesca responsable de la Food and Agriculture Organisation -FAO; (2) Prácticas de trazabilidad responsable; (3) Prácticas de procesamiento responsable; (4) Responsabilidad social; (5) Responsabilidad ambiental; (6) Participación comunitaria.

Importancia. El sistema Marin Trust es importante para que la industria pesquera demuestre el compromiso con el abastecimiento responsable de ingredientes marinos.

Justificación. Se justifica porque, siendo de interés mundial, su aplicación asegura la sostenibilidad de las pesquerías globales, incluyendo las pesquerías que suministran harina y aceite de pescado; y fortalece la lucha contra el uso de materia prima ilegal, no declarada y no reglamentada.

Objetivo. Aplicar los principios de suministro responsable de Marin Trust de forma tal que permita a JADA S.A. demostrar unas prácticas de pesca, de trazabilidad y de producción responsables.

Alcance. El sistema Marin Trust MT se aplica en el suministro de materia prima Anchoveta -Engraulis ringens- y Anchoveta Blanca -Anchoa nasus, el proceso de producción, el almacenamiento interno y externo de harina y aceite de pescado, hasta el despacho de estos. Abarca a los proveedores y personal tercero.

Referencias normativas. Las normas legales que más resaltan son: (1) el Código de conducta para la pesca responsable de Food and Agriculture Organisation FAO de 1995 FAO CCPR; (2) el Reglamento CE 1005/2008 que establece un Sistema Comunitario para prevenir, disuadir y eliminar la Pesca Ilegal, No Declarada y No Reglamentada; (3) la Ley General de Pesca, Ley N°25977; (4) el Reglamento de la Ley General de Pesca, aprobado por D.S. N°012-2001-PE, y modificatorias; (5) la Norma Sanitaria para las Actividades Pesqueras y Acuícolas; aprobado por D.S. N°040-2001-PE; (6) la Relación de Tallas Mínimas de Captura y Tolerancia Máxima de Especies Juveniles de Principales Peces Marinos e Invertebrados; aprobada por R.M. N°257-2002-PE; (7) el Programa de Vigilancia y Control de la Pesca y Desembarque en el Ámbito Marítimo; aprobado por D.S. N°027-2003-PRODUCE; (8) el Reglamento de Inspecciones y Sanciones Pesqueras y Acuícolas RISPAC; aprobado por D.S. N°016-2007-PRODUCE, y modificatorias; (9) la Ley sobre Límites Máximos de Pesca por Embarcación; aprobada por Decreto Legislativo N°1084; (10) el Reglamento del Decreto Legislativo 1084; aprobado por D.S. N°021-2008-PRODUCE, y modificatorias; (11) el Reglamento de la Ley de Control y Vigilancia de las Actividades Marítimas, Fluviales y Lacustres; aprobado por D.S. N°028-2001-DE/MGP; (12) el Convenio internacional para prevenir la contaminación por los buques MARPOL 1973; aprobado por D.L. N°22703. “Los buques pesqueros menores a 400 toneladas de registro bruto TRB, deberán contar con un tanque de retención para los siguientes residuos: aguas de sentinas, aceites de drenaje y fugas, aceites lubricantes usados”; aprobado por R.D. N°342-91-DE/MGP; (13) los Puertos, terminales, muelles, chatas, diques y varaderos para el servicio de mantenimiento de embarcaciones, deberán contar con instalaciones y servicios para la recepción de residuos y mezclas oleosas provenientes de las embarcaciones, para su almacenamiento y tratamiento en tierra; aprobado por R.D. N°058-96/DCG.

Control de pronóstico. Mediante registros de recepción de pesca-flota; de trazabilidad del proveedor; de trazabilidad del proceso; de trazabilidad de los clientes; procedimiento de manejo de pesquerías donde se demuestra que se evitan materias primas que provienen de la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada; procedimiento para el reclutamiento y selección de personal; ficha de autoevaluación anual sobre leyes sociales relevantes; procedimiento de reporte e investigación de incidentes accidentes y enfermedades ocupacionales; registro de accidentes de trabajo; registro de incidentes peligrosos e incidentes de trabajo; procedimiento de elección del representante de los trabajadores; formulario para quejas laborales; formulario respuesta de atención a sugerencias, quejas y/o reclamos laborales; acta de autodeclaración de buenas prácticas sociales y los derechos humanos, firmada por el representante de Pesquera JADA S.A. y el representante de los trabajadores; contrato sujeto a modalidad para todos; pago a trabajadores mediante transferencia bancaria; trabajadores reciben su boleta de pago a través de correo electrónico; boletas detallan el pago de horas extras; monitoreo de efluentes industriales y doméstica; monitoreo de emisiones y calidad del aire; procedimiento de acciones correctivas; ficha de evaluación y mitigación de impactos ambientales; acta de participación comunitaria con comunidades cercanas; formato de quejas de la comunidad: formato de atención de quejas de la comunidad.

CONCLUSIONES

Conclusión General. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la óptima práctica de la RS eleva el éxito empresarial.

Conclusión Específica 1. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión ética empresarial de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la ética de cada uno fortalece el éxito empresarial.

Conclusión Específica 2. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión ambiente laboral de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que un buen ambiente laboral eleva el éxito empresarial.

Conclusión Específica 3. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión medioambiente de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la práctica correcta de cuidado del medioambiente hace más duradero el éxito empresarial.

Conclusión Específica 4. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que un consciente compromiso con la comunidad y marketing responsable robustece el éxito empresarial.

Conclusión Específica 5. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión macroentorno de éxito empresarial es significativo. Se concluye que la buena práctica de RS mejora la adecuación de la empresa al marco general del entorno.

Conclusión Específica 6. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión redes de soporte social de éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la práctica de RS predispone a la empresa a coordinar las orientaciones y servicios que ofrecen las redes de soporte social.

Conclusión Específica 7. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores personales de éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la buena práctica de RS se alimenta con los factores personales del empresario.

Conclusión Específica 8. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores institucionales de éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la buena práctica de RS modera y eleva los factores institucionales de la empresa y el nivel de operacionalización de los sistemas de calidad.

RECOMENDACIONES

Recomendación General. Se recomienda a la comunidad académica científica que investigue el nivel de relación de la responsabilidad social y el éxito empresarial en otras empresas industriales del sector pesquero en Perú, utilizando el modelo piloto planteado en el presente informe final de tesis; y realizando un análisis comparado de muestras, porque se correrían encuestas sobre muestras probabilísticas en cada empresa pesquera y enfocadas al problema principal según el modelo mencionado. Porque según la CEPAL, las empresas en América Latina aun perciben la misma preocupación por el impacto ambiental, el desarrollo de la comunidad, la ética en la empresa y las condiciones laborales de los colaboradores.

Primera Recomendación Específica. Se recomienda a la señora Administradora del Grupo Cavenago que implemente algún mecanismo que fortalezca la dimensión ética empresarial en el personal de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú a fin de preservar la práctica de los valores de sinceridad, responsabilidad e inocuidad encontrados en el trabajo de campo de la presente investigación. El éxito empresarial de la fábrica depende de la internalización de esos valores en el personal y la empresa en general. Ese mecanismo puede ser un plan de acción que comprenda toma de prueba de entrada, desarrollo de taller de valores de sinceridad y responsabilidad, y toma de prueba de salida. De esta manera, la empresa desarrollará más capacidad para hacerse responsable de sus operaciones; sus actividades crearán valor tanto para los accionistas como para la sociedad.

Segunda Recomendación Específica. Se recomienda a la señora Administradora del Grupo Cavenago que innove la dimensión ambiente laboral en Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú mediante el diseño de una política de beneficios no remunerativos que brinde satisfacción laboral y que esté vinculada al programa de capacitación anual existente.

Tercera Recomendación Específica. Se recomienda al señor Gerente de Operaciones de Pesquera JADA S.A. en Chimbote-Perú que innove la dimensión medioambiente en la fábrica, dada la solidez de POES, HACCP, GMP y MT tanto en administración-planta como en operadores-planta. Una política de transparencia en la dimensión medioambiente reforzaría el componente de responsabilidad ambiental del Sistema GMP con un mecanismo de acción, como, por ejemplo, un portal de internet que considere dos momentos: la temporada de pesca y la temporada de veda.

Cuarta Recomendación Específica. Se recomienda al señor Gerente General de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú que tome en consideración la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’, para evaluar la conveniencia de destinar recursos económicos no mayores a 7 unidades impositivas tributarias en la modalidad de obras por impuestos para contribuir con espacios más seguros y sostenibles. A su vez, una política de transparencia ayudaría al posicionamiento de la responsabilidad social en el personal y al compromiso con la comunidad dado que la población en la ciudad de Chimbote aumentará y el gobierno local necesitaría minimizar el impacto ambiental negativo que ocasionarían las actividades de estas poblaciones.

Quinta Recomendación Específica. Se recomienda al señor Propietario del Grupo Cavenago que tome en consideración la posibilidad de reunirse con los Presidentes de las otras empresas industriales pesqueras de Chimbote para innovar su dimensión macroentorno mediante la formación de un clúster territorial a fin de generar una visión estratégica que vincule el desarrollo del territorio con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 a través de proyectos de tipo social, productivo y ambiental gestionados a través de las Asociaciones Público-Privadas. El fondo que se cree con aportes voluntarios sería administrado por el clúster y financiaría una matriz de proyectos gestionada por el mismo y coordinada con los gobiernos local, regional y nacional de manera que vaya de acuerdo con la estabilidad que necesiten estas empresas para cumplir sus compromisos e inversiones.

Sexta Recomendación Específica. Se recomienda a la señora Administradora del Grupo Cavenago que pruebe el modelo piloto de responsabilidad social y éxito empresarial como una herramienta de control de la alta dirección; que consistiría en aplicar una encuesta anónima al personal de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote; donde se recopilarían los valores instantáneos de los indicadores de ética empresarial, ambiente laboral, medioambiente, compromiso con la comunidad y marketing responsable, macroentorno, redes de soporte social, factores personales, y factores institucionales. Esta constituiría una herramienta para comparar momentos distintos de una gestión inteligente, a fin de administrar una organización industrial que debe operar en condiciones muy exigentes dadas por los compradores internacionales en el mundo y las leyes peruanas de pesca, de medioambiente y de trabajo.

Séptima Recomendación Específica. Se recomienda al señor Superintendente de Planta de Pesquera JADA S.A. que internalice en su personal competente ingresante el paradigma de sinceridad, responsabilidad e inocuidad de la Alta Dirección en el componente de trazabilidad del Sistema de Suministro Responsable Marin Trust a fin de mantener el alto nivel de puntaje obtenido en las encuestas de responsabilidad social y éxito empresarial. Mediante un taller con test de inicio, capacitación en valores y protocolos, y test de término. Se necesita conservar proveedores y clientes con confianza y preferencia, y una comunidad con confianza y satisfacción. Porque ya se ha visto la experiencia de la pandemia COVID-19 del 2020-2021, y de los factores climáticos cíclicos y adversos en el mar peruano, y las exigencias de calidad e inocuidad de harina y aceite de pescado, y la preocupación de abastecimiento de los fabricantes de alimentos.

Octava Recomendación Específica. Se recomienda al Gerente General de Pesquera JADA S.A. que ordene inicio inmediato de captura de pescado y producción aun cuando el Ministerio de la Producción de Perú autorice una temporada de pesca con una cuota de captura menor que 2 mil millones de Toneladas Métricas de anchoveta ya que su formato de planta le permite asegurar un punto de equilibrio a máxima capacidad con esa cuota, así sea cuando aproxime un entorno climático adverso para el sector pesquero peruano. La fortaleza de su dimensión Factores Institucionales reside en las

competencias de su personal y en la operativización de sus sistemas de calidad. Porque si una empresa quiere tener éxito, necesita personal preparado y capacitado que haga las cosas bien, que los buenos resultados de inocuidad y calidad del alimento serán el respaldo del personal y la empresa en general.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abad, I., Castillo, A., Quintana, C. (1999). Una aproximación a la influencia de las redes de soporte social en el emprendedor. Ponencia IX Jornada Hispano Lusas de Investigación Científica (pp.387-397). Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. España. <https://hdl.handle.net/11441/108969>
- Aceituno, C., Alosilla W. y Moscoso, I. (2021). Discusión de resultados. Editado por Estefany Vera. Primera edición digital, abril 2021. Cusco-Perú.
http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2256/1/Discusi%C3%B3n_De_Resultados.pdf
- Alvarado, A. y Chicoma, G. (2022). Percepción de los colaboradores sobre Calidad de Producción y Responsabilidad Social Empresarial del Consorcio Pesquero El Ferrol S.A.C., Chimbote, 2022. Tesis de Licenciatura en Administración. Chimbote-Perú.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/102705>
- Algorta, M. (2021). Impacto de las prácticas de gestión de alto desempeño en los resultados empresariales de las empresas en Uruguay. Tesis doctoral en administración de empresas. Pontificia Universidad Católica Argentina. Argentina.
- Almeida, L. y Carbajal, K. (2015). Auditoría ambiental de cumplimiento a la empresa pesquera El Navegante S.A. Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil-Ecuador.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9949/1/UPS-GT001076.pdf>
- Arguello, A., Llumiguano, M., Gavilánez, C. y Torres, L. (2020). Administración de empresas: elementos básicos. Pons Publishing House. Ecuador.
<http://fs.unm.edu/Administracion-de-Empresas.pdf>
- Benavides, J., Fernández, J. y Urutiaga, A. (2012). Glosario sobre responsabilidad social para la investigación y el debate terminológico. Universidad Pontificia Comillas de Madrid-España.
<https://www.comillas.edu/images/eticaeconomica/Glosariosobrerresponsabilidad.pdf>

- Cabrejos, X., Revoredo, C. (2018). Análisis de la influencia del liderazgo del emprendedor en la etapa de crecimiento de la pequeña empresa exitosa en el sector servicios, en Lima Metropolitana. Tesis para optar el título de licenciada en administración de empresas. Universidad de Ciencias Aplicadas. Lima-Perú.
- Capurro, P. (2021). La responsabilidad social empresaria en la industria pesquera marplatense: impacto actual y oportunidades. Tesis de maestría. Universidad Nacional de Mar del Plata. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3531/>
- Cárdenas, C. (2021). Los beneficios laborales y su influencia en el éxito de las industrias manufactureras de Manta-Ecuador. Tesis para optar el grado académico de doctor en ciencias administrativas. Universidad San Marcos.
- Carrasco, S. (2006). Metodología de la investigación científica. Editorial San Marcos. Perú.
- Cevallos, J. (2021). La responsabilidad social corporativa de la industria atunera y su influencia en el desarrollo socioeconómico sostenible de la Ciudad Manta-Ecuador. Tesis para optar el grado académico de doctor en ciencias administrativas. Universidad San Marcos.
- Chanca, J., Muñoz, F. (2022). Variables de comportamiento predictores del éxito y/o fracaso en toma de decisiones en las pymes. Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de licenciado en administración de banca y finanzas. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima-Perú.
- Chávez, A., Rodríguez, N., Flores, L., Mori, C. y Cieza, S. (2023). Aplicación Móvil y su Influencia en la Responsabilidad Social: Un estudio de Caso en una Empresa Pesquera de Coishco, Santa-Perú.
<https://doi.org/10.54808/CICIC2023.01.23>
- Chuna, I. y Soplapuco, G. (2022). Responsabilidad Social Externa de una empresa pesquera y su impacto en el Desarrollo Social de Las delicias, Sechura 2022. Tesis de Licenciatura en Administración. Piura-Perú.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/91550>
- Congreso de la República de Perú (15 octubre 2005). Ley No. 28611. Ley General del Ambiente.
<https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28611.pdf>

- Congreso de la República de Perú (2 octubre 2008). Ley No. 29263. Ley que modifica diversos artículos del código penal y de la ley general del ambiente.
https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos//2006_2011/ADLP/Normas_Legales/29263-LEY.pdf
- Correa, M., Flynn, S. y Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Serie Medio ambiente y desarrollo N°85. CEPAL. América Latina. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5621>
- Cuevas, R. (2009). Economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo. Revista Ciencia y Sociedad. Vol. XXXIV, Núm. 2, abril-junio 2009, 206-233. Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
- Cuba Carbajal, Néstor, Mohamed Mehdi, Hadi, & Pacheco Pumaleque, Alex Abelardo. (2020). Responsabilidad social y rendimiento laboral en los colaboradores de los programas sociales de Lima, Perú. *Conrado*, 16(72), 278-285. E pub 02 de febrero de 2020.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100278&lng=es&tlng=es.
- Departamento de Estadística (s.f.). Guía SPSS Capítulo 17 Análisis de correlación lineal. Universidad Carlos III de Madrid. España.
<https://halweb.uc3m.es/esp/Personal/personas/jmmarin/esp/GuiaSPSS/17corlin.pdf>
- Diario Oficial El Peruano (9 agosto 2019). Decreto Supremo No. 012-2019-PRODUCE. Reglamento de Gestión Ambiental de los Subsectores Pesca y Acuicultura.
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-gestion-ambient-decreto-supremo-n-012-2019-produce-1796453-7/>
- Diario Oficial El Peruano (26 Octubre 2022). Economía. Envíos de harina y aceite de pescado superarían los US 2000 millones en 2022. [HTML].
<https://www.elperuano.pe/noticia/195668-envios-de-harina-y-aceite-de-pescado-superarian-los-us-2000-millones-en-2022>
- Diario Oficial El Peruano (22 octubre 2023). Autorizan el inicio de la segunda temporada de pesca 2023 del recurso anchoveta con destino al consumo humano indirecto, en área del dominio marítimo. Resolución Ministerial N°00358-2023-PRODUCE.
<https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2227296-1>

- Esparza, J. y Reyes, T. (2019). Prácticas de responsabilidad empresarial desarrolladas por empresas familiares mexicanas y su efecto en el éxito competitivo y la innovación. *Revista Tec Empresarial* Vol. 13 n. 2, pp. 45-57, Cartago Mayo/Agosto 2019.
<http://dx.doi.org/10.18845/te.v13i2.4494>
- Estrada, E. (2019). Evaluación de la responsabilidad social empresarial en la industria pesquera de la bahía de Sechura entre el 2017 y el 2018. Tesis de Pesquería. Piura.
<https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/2078>
- Fallas, J. (2012). Correlación lineal midiendo la relación entre dos variables. Bajo licencia de Creative Commons. Universidad para la Cooperación Internacional. Costa Rica.
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGAP/MGAP-05/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad-2/complementarias/correlacion_lineal_2012.pdf
- Forbes (30 octubre 2023). Sector pesquero se paraliza Hayduk, Copeinca y Diamante detuvieron sus labores.
<https://forbes.pe/negocios/2023-10-30/sector-pesquero-se-paraliza-hayduk-copeinca-y-diamante-detuvieron-sus-labores>
- Gascón, O. (s.f.). Factores ambientales de la empresa [Artículo]. *TodoPMP&Agile* gestión de proyectos exitosos [Sitio web]. México.
<https://todopmp.com/herramientas/factores-ambientales-la-empresa/#close>
- Gilli, J., Arostegui, A., Doval, I., Iesulauro, A. y Schulman, D. (2013). *Diseño organizativo: estructura y procesos*. Ediciones Granica. Argentina.
<https://books.google.com.pe/books?id=IXpfAAAAQBAJ&lpg=PA2&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q&f=false>
- Gourley, D., Torry, B., Sayer, M., Reddy, S. y Aggarwal, A. (2002). *HTTP: The Definitive Guide*. O'Reilly Media Inc.
- Guirao, J., Olmedo, A., Ferrer, E. (2008). El artículo de revisión. *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria*, 1(1), 1-25. España.
https://www.uv.es/joguigo/castellano/castellano/Investigacion_files/el_articulo_de_revision.pdf
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. McGraw-Hill Interamericana. México.
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la*

- investigación. Sexta edición. McGraw-Hill Interamericana. México.
- Hernández-Palma, H., Pitre-Redondo, R., y Orozco-Daza, B. (2020). Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de gestión Empresarial. Dictamen Libre. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6269>
- Hinostroza, L. (2011). Los fundamentos del éxito de las empresas familiares en el Perú. *Gestión En El Tercer Milenio*. 14(28), 37-47. <https://doi.org/10.15381/gtm.v14i28.8821>
- JADA (2022 a). Manual de Procedimientos Operacionales Estándar de Saneamiento.
- JADA (2022 b). Manual del Plan de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.
- JADA (2022 c). Manual de Buenas Prácticas de Manufactura.
- JADA (2022 d). Manual de Suministro Responsable Marine Trust.
- Jánica, F., Hernández-Fernández, L., Escobar, A., y Velandia, G. (2023). Factores que explican, median y moderan el fracaso empresarial: Revisión de publicaciones indexadas en Scopus (2015-2022). *Revista de Ciencias Sociales*, XXIX (2), 73-95. <https://hdl.handle.net/11323/10524>
- Jost, S., Terrazas, A., Manjarrez, I., Chávez, A. y Valle, S. (2012). Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales. Universidad La Salle. Chihuahua. México. https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=0ade669e-4a46-3edf-bd16-e7eb6403e0fb&groupId=252038
- Lam, S. (2017). La resiliencia en la sostenibilidad empresarial de las medianas empresas industriales manufactureras de Guayas-Ecuador. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.
- López, Z. (2019). El perfil del empresario y su relación con los factores de éxito empresarial en la MYPIME del sector servicios. *Revista de Administración UNIMEP*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.
- Lozano, M., Martínez, J., López, M. y Figueroa, P. (s.f.). Filosofía. McGraw-Hill Education. España. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448616006.pdf>
- Luarna (s.f.). Ética a Nicómaco de Aristóteles. [PDF]. Versión no comentada. España. <https://www.ataun.eu/BIBLIOTECAGRATUITA/CI%C3%A1sicos%20en%20Espa>

- [%C3%B1ol/Arist%C3%B3teles/%C3%89tica%20a%20Nic%C3%B3maco.pdf](#)
- MEF (s.f.). Asociaciones Público-Privadas. [HTML].
https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101931&lang=es-ES&view=article&id=3971
- Mendoza, J. (2021). Factores críticos de éxito de las empresas familiares en el sector restaurantes de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos. Tesis para optar el grado de maestro en ciencias empresariales con mención en gestión financiera. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima-Perú.
- MHE (s.f.). La Empresa y su Organización. Ciclos de formación general superior de administración. McGraw-Hill Education. España.
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>
- Miñán, G., Moja, J., Símpalo, W. y Castillo, W. (2020). Gestión de riesgos implementando la ley peruana 29783 en una empresa pesquera. Artículo. Revista Ingeniería Industrial Vol. XLI, No.3, setiembre-diciembre 2020. Chimbote-Perú.
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3231>
- Morales Ramos, H. M., & Pomachagua Pacheco, F. E. (2020). Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los clientes de Sodimac Lima, 2020.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UEPU_bd47e84cbb924a5d3844993f3a367eb4
- Morales, O., Roldán, A., Kim, J., Madero, S., Olivas-Luján, M., Robertson, C., Borda, A. y Melson, B. (2014). Casos exitosos de empresas latinoamericanas en Asia. Editado por Cengage Learning Argentina y ESAN. México.
- MTPE (s.f.). Programa Perú Responsable. [Sitio web]. Gobierno del Perú.
https://www.trabajo.gob.pe/PERU_RESPONSABLE/
- Muñoz, F., Díaz, R. y Campos, M. (2019). Reglamento del Comité de Ética para la Investigación. Emitida por Resolución N°066-2019-PE-UAP.
<https://transparencia.uap.edu.pe/wp-content/uploads/2019/09/REGLAMENTO-DEL-COMITE-DE-%C3%89TICA-PARA-LA-INVESTIGACION.pdf>
- Naciones Unidas (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.
<https://hdl.handle.net/11362/40155>

- Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Serie Medio ambiente y desarrollo N°72. CEPAL. Chile.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/S0310754_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2013). Metodología de la Investigación Científica y Elaboración de Tesis. Editor Humberto Ñaupas. Lima-Perú.
- Oceana (8 Setiembre 2023). Informe. Las exportaciones de harina de pescado en el 2023. Enero – Julio 2023. [Blog].
<https://peru.oceana.org/blog/informe-las-exportaciones-de-harina-de-pescado-en-el-2023/>
- OIT (2021). Factores internos y externos para el éxito de las PYME. Lo que las Organizaciones Empresariales deben saber para promover empresas más competitivas. [Web PDF]. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_829958.pdf
- Oré, H. y Olórtegui, E. (2021). Concentración de mercado y ventaja comparativa revelada del sector pesquero peruano al 2020: Producción de harina y Aceite de pescado. Revista de investigación científica y tecnológica Llamkasun, Vol. 2, Núm. 4, julio-diciembre, 2021. Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja, Huancavelica-Perú.
<https://doi.org/10.47797/llamkasun.v2i4.68>
- Pallí, J. (1985). Ética Eudemia de Aristóteles. Editorial Gredos. Madrid. España.
- Piedra, J., Calvo, C., Villarán, A., León, R., Casuso, G., Brescia, C. y Quea, V. (2014). Desafíos éticos en los negocios. Editor Cesare del Mastro Puccio. Primera edición. Serie conferencias 15. Universidad del Pacífico. Lima. Perú.
<https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/981/CON15.pdf?sequence=5>
- Palacios, W. y Trelles, K. (2021). ‘Estrategia de Responsabilidad Social para promover el bienestar de la comunidad aledaña a la empresa pesquera ARCOPA S.A., Paita, 2021’. Tesis para optar el título de licenciado en administración. Universidad César Vallejo. Piura-Perú.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/70110>
- Pino, J. (2021). Influencia de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las

- empresas mineras del sur del Perú, 2019-2020. Tesis para optar al grado de doctor en administración. Universidad Privada de Tacna. Tacna-Perú.
- Plans, N., Pato, M., Tomás, J., Gil, M., Gómez, J., Bonmatí, I., Cantera, L., Brotons, L., Conesa, F. y Coloma, F. (2021). RH positivo: siete casos de éxito empresarial y un método de innovación enfocados en las personas. Profit Editorial. España.
- Polo, M. (2019). The ethical responsibility. *Veritas*, (42), 49-72.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732019000100049>
- Produce (16 Enero 2016). Decreto Legislativo N°1084. Logros del Sistema de Límites Máximos de Captura por Embarcación LMCE. Dirección de Extracción y Producción Pesquera para Consumo Humano Indirecto. [PDF].
<https://www.produce.gob.pe/documentos/pesca/dgchi/decreto-ley-1084.pdf>
- ProInversión, (s.f.). Obras por Impuestos. [HTML].
<https://www.investinperu.pe/es/oxi/obras-por-impuestos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20Obras%20por%20Impuestos,d e%20vida%20de%20m%C3%A1s%20peruanos.>
- Quintana, C. (2000). Capacidad emprendedora y racionalización organizativa: estudio teórico-empírico de su papel en la creación y desarrollo de las empresas andaluzas. Tesis para optar al grado de doctora en administración. Universidad de Málaga. España.
- Quintana, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. *Revista Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*. Vol. 7, N°2, 2001, pp. 139-158. Editada por la Academia europea de dirección y economía de la empresa. España.
- Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E. y García, C. (2012). Responsabilidad social empresarial. Pearson Educación. México.
https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/Responsabilidad%20social%20empresarial.pdf
- Reyes, A. V. (2019). Responsabilidad social empresarial en los Fast Food en el contexto latinoamericano, en los últimos 3 años: una revisión de la literatura científica (Trabajo de investigación). Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
<https://hdl.handle.net/11537/24422>

- Rosales, C. (2021). Gerencia estratégica, responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa pesquera Exalmar S.A. Chimbote 2019-2020. Tesis para optar el grado académico de doctor en administración. Universidad César Vallejo. Chimbote-Perú.
- Ruiz, E., Gagó, M., García, C. y López, S. (s.f.). Responsabilidad social corporativa. Ciclos de formación general superior de administración. McGraw-Hill Education. España. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448609719.pdf>
- Sáenz Acosta, C. S. (2012). Medición de los impactos de la Difusión de la innovación de un proyecto de Responsabilidad Social (Doctoral dissertation, Universitat Ramon Llull). Barcelona-España.
- Salas-Arbeláez, Laura, García-Solarte, Mónica, & Azuero-Rodríguez, Andrés Ramiro. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. *Estudios Gerenciales*, 36(154), 80-90. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3547>
- Salcedo-Muñoz, V., Campuzano, J., Uriguen, P. A., y Plaza, J. J. (2021). Responsabilidad social empresarial en el sector bananero de la provincia de El Oro – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII (3), 394-403. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090628>
- Sánchez-Infante, J. (2017). La influencia de la responsabilidad social empresarial, en resultados económicos, de las micro, pequeñas o medianas empresas. Memoria para optar al grado de doctor en administración. Universidad de Castilla La Mancha. España.
- Schwalb, M., Araujo, P., Soldevilla, V., Quea, V. y Lay, P. (2010). Experiencias exitosas de responsabilidad social empresarial. Serie Apuntes de estudio No. 72. Editora Maria Matilde Schwalb. Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Sierra, R. (2001). Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios. XIV edición. Paraninfo. España.
- Soca, R. (2013). La fascinante historia de las palabras. Epublibre. Titivilluz. <https://es.scribd.com/document/503478806/SOCA-Ricardo-La-Fascinante-Historia-de-Las-Palabras-1>

- Spiegel, M. y Stephens, L. (2009). Estadística. McGraw-Hill/Interamericana Editores.
Cuarta edición. 601 páginas. México.
- Suárez, D. y Valera, M. (2019). Sócrates y la Econología. Ediciones Urano. España.
- UAP (2022). Código de Bioética y Ética para la Investigación. Publicado el 16 Junio 2022.
https://transparencia.uap.edu.pe/uploads/CODIGO_DE_BIOETICA_Y_ETICA_PARA_LA_INVESTIGACION_c2c7ce7898.pdf
- V.A. (2013). Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Edebé.
https://www.edebe.com/educacion/documentos/830343-0-529-830343_LA_EIE_CAS.pdf
- Valderrama, S. (2013). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Editorial San Marcos. Perú.
- Vives, A., Peinado-Vara, E., Caravedo, B., Schwalb, M., Gutierrez, R., Gonzáles, L., Perera, L., Korin, M., Correa, M., Estévez, R., Del Castillo, E., Leguizamón, F., Nowalski, J. y Casanova, L. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo. Fondo Multilateral de Inversiones. Washington, D.C. Estados Unidos de América.
<https://fundahrse.org/wp-content/uploads/2016/01/La-RSE-en-America-Latina.pdf>

ARTÍCULO CIENTÍFICO

Responsabilidad social y éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023

Social responsibility and business success according to the factory
Pesquera JADA S.A. and its main office, Chimbote 2023

MIRANDA North, Roberto Eduardo

RESUMEN

Este trabajo se basa en un informe final de tesis de doctorado en administración cuya línea de investigación fue gestión y fortalecimiento de la formación profesional en conexión al trabajo y el crecimiento socioeconómico. El objetivo general fue determinar el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023; donde las dimensiones de la responsabilidad social fueron la ética empresarial, el ambiente laboral, el medioambiente, y el compromiso con la comunidad y marketing responsable; las dimensiones de éxito empresarial fueron el macroentorno, las redes de soporte social, los factores personales del empresario, y los factores institucionales. Estuvo encuadrado con un enfoque de investigación cuantitativo; fue una investigación de tipo básica y de nivel descriptivo correlacional, una investigación con método hipotético deductivo y método estadístico, y tuvo diseño no experimental. El tamaño de la población fue 74 personas, compuesta por trabajadores, empleados y directivos. El tamaño de la muestra probabilística estuvo conformado por 62 personas. Los instrumentos de recolección de datos que se han empleado fueron el cuestionario de responsabilidad social y el cuestionario de éxito empresarial, deducidos de las bases teóricas y adecuados a la realidad de los países de América Latina y el sector pesquero peruano.

Según la prueba Rho de Spearman, se obtuvo un coeficiente de correlación -entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la naturaleza de estudio mencionada- igual a 0,607; es decir, se obtuvo una correlación lineal positiva moderada con una confianza de 99 por ciento de acuerdo con los resultados del SPSS.

Finalmente, cupo resaltar el compromiso de Pesquera JADA S.A. con las Buenas Prácticas de Manufactura y el Suministro Responsable Marin Trust.

Palabras claves: Responsabilidad social, Éxito empresarial.

ABSTRACT

This document is based on a final report of a doctoral thesis in administration whose line of research was management and strengthening of professional training in connection with work and socioeconomic growth. The general objective was to determine the level of relationship between social responsibility and business success according to the staff of the Pesquera JADA S.A. factory and its main office, Chimbote-Peru 2023; Where the dimensions of social responsibility were business ethics, the work environment, the environment, and commitment to the community and responsible marketing; The dimensions of business success were the macro environment, social support networks, the entrepreneur's factors, and institutional factors.

It was framed with quantitative research approach; It was a basic type of research and a correlational descriptive level, research with a hypothetical deductive method and a statistical method, and it had a non-experimental design. The size of the population was 74 people made up of workers, employees, and managers. The probabilistic sample size consisted of 62 people. The data collection instruments that have been used were the social responsibility questionnaire and the business success questionnaire, deduced from the theoretical bases and adapted to the reality of the Latin American countries and the Peruvian fishing sector.

According to Spearman's Rho Test, a correlation coefficient was obtained -between social responsibility and business success according to personnel of the nature of the study mentioned -equal to 0,607. That is, a moderate positive linear correlation was obtained with a confidence of 99 percent in accordance with the SPSS results.

Finally, it was worth highlighting the commitment of Pesquera JADA S.A. with Good Manufacturing Practices and Responsible Supply Marin Trust.

Keywords: Social responsibility, Business success.

INTRODUCCIÓN

El éxito y la responsabilidad son de origen antiguo. Se sabe que el mundo globalizado del siglo XXI es heredero de la cosmovisión occidental diseñada por los filósofos, políticos y familias de las antiguas civilizaciones de los helenos primero, y de los romanos a continuación. Desde el siglo VI antes de Cristo, la actividad lucrativa de los negocios de estas civilizaciones ha ido desarrollando la agricultura, la ganadería y la pesca para consumo humano; el teatro y las bellas artes; la confección de telares y cerámicos; el comercio y la construcción de barcos, puertos, caminos, y edificaciones de dominio público.

Y hoy por hoy, aún podemos apreciar los resultados exitosos de esas actividades.

Las familias desde ese entonces tuvieron un "éxito" que ha ido replicándose en el transcurso de la historia del mundo occidental; y en la edad media, Adam Smith, un hijo de Escocia, plantea unas teorías económicas que articula historia, filosofía, desarrollo económico, psicología y ética. El 2009, Cuevas dice que la teoría ética de Smith permanece como un fundamento indispensable de la vida económica; y que la sociedad puede sobrevivir sin la virtud de la beneficencia, pero el edificio de la sociedad sin el pilar de la justicia simplemente se derrumbaría (p. 7).

En ese sentido, el trato justo al ambiente, a los colaboradores y clientes, sugiere que las transacciones de una empresa impliquen responsabilidad ante los compromisos que asume al desarrollar una actividad económica lucrativa como es el caso de la fábrica de harina y aceite de pescado, naturaleza de estudio.

El éxito empresarial se define inicialmente como un retorno consistente de la inversión para aquellos que arriesgaron su capital en sacar a la empresa adelante. No hay una definición consensuada, menos en la industria de la harina de pescado; pero, como dice Hinojosa (2012), sí hay experiencias de empresas exitosas que se iniciaron en el seno de familias peruanas donde se observan cualidades generales como la tecnología, el trabajo en equipo, el grado de compromiso y los valores (p. 2).

La Organización de las Naciones Unidas dice que la responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario que las empresas hacen para la mejora social, económica y ambiental.

Este trabajo tuvo su unidad de análisis en el personal que trabaja en la mencionada fábrica y su oficina principal en el Grupo Cavenago en la ciudad de Chimbote en los días corrientes de 2022 a 2023, y surgieron las interrogantes que se escriben a continuación.

¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘ética empresarial’ de responsabilidad social con el éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘ambiente laboral’ de responsabilidad social con el éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘medioambiente’ de responsabilidad social con el éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial?

¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘macroentorno’ de éxito empresarial? ¿Cuál es

el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘redes de soporte social’ de éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘factores personales’ de éxito empresarial? ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión ‘factores institucionales’ de éxito empresarial?

METODOLOGÍA

Es una investigación con enfoque cuantitativo, tipo Básica, nivel descriptivo correlacional, método hipotético deductivo y estadístico, diseño no experimental, de corte transversal. Con una población de 74 personas y una muestra de 62.

Se aplicó encuesta con dos instrumentos: cuestionario de responsabilidad social dirigido a directivos, empleados y trabajadores, con muestra de 62; y cuestionario de éxito empresarial dirigido a directivos y empleados, con muestra menor que 62.

Las técnicas de procesamiento de datos fueron codificación, consistenciación, clasificación y tabulación.

RESULTADOS

Cada variable vino con cuatro dimensiones, cada dimensión con tres indicadores y cada indicador con una pregunta. En cada pregunta, el encuestado marcó una valoración: (1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre y (5) Siempre.

El cuestionario de **la variable responsabilidad social** se aplicó a 62 encuestados: trabajadores, empleados y directivos de la naturaleza de estudio; en Excel, las distribuciones de frecuencias de las dimensiones de responsabilidad social arrojaron los siguientes resultados:

Se tiene que la variable responsabilidad social recibe **la contribución de las dimensiones** Ética empresarial, Ambiente laboral, Medioambiente y, Compromiso con la comunidad y Marketing responsable. Donde el 82,5 % de las encuestas de responsabilidad

social apuntaron favorablemente a esta variable. Que el 14,1 % de las encuestas demostraron indiferencia sobre responsabilidad social. Que el 2,3 % de las encuestas apuntaron a que casi nunca se necesita. Y que el 1,1 % apuntó a que nunca se necesita.

En cuanto a las distribuciones de frecuencias y puntajes de **los indicadores de responsabilidad social**, se obtuvieron los siguientes resultados:

Ética del empresario. El 80,6 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del empresario. Un 14,5 % opinaron que es indiferente. 1,6 % opinaron nunca, 3,2 % casi nunca. Con nivel Medio de puntaje por los Trabajadores. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Capacitación en ética. El 77,4 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación en ética. Un 16,1 % opinaron que es indiferente. 1,6 % opinaron casi nunca. 4,8% nunca. Con nivel Medio de puntaje por los Trabajadores. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Ética del personal. El 85,5 % de los encuestados opinan que la idea de responsabilidad social sugiere ética del personal. Un 12,9 % opinaron que es indiferente. Nadie opinó que casi nunca. Un 1,6 % opinaron nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Liderazgo positivo y beneficios sociales. El 88,7 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere liderazgo positivo y beneficios sociales para el personal y sus familias. Un 11,3 % opinaron que es indiferente. Nadie opinó que nunca o casi nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Control de riesgos de seguridad SSO. El 87,1 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos de seguridad y salud ocupacional. Un 11,3 % opinaron que es indiferente. Un 1,6 % opinó que casi nunca. Nadie opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Capacitación de seguridad SSO. El 87,1 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere capacitación en seguridad y salud ocupacional SSO. Un 9,7 % opinaron que es indiferente. Un 3,2 % opinó que casi nunca. Nadie opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Jefes competentes en medio ambiente. El 83,9 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere jefes competentes en medio ambiente en la fábrica. Un 11,3 % opinaron que es indiferente. 4,8 % opinó que casi nunca. Nadie opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Control de riesgos ambientales. El 82,3 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos ambientales en la fábrica. Un 17,7 % opinaron que es indiferente. Ninguno opinó que casi nunca ni nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Capacitación de ambiente. El 75,8 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere capacitación de ambiente. Un 22,6 % opinaron que es indiferente. Un 1,6 % opinó que casi nunca. Y ninguno opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Promoción de objetivos sociales para la comunidad. El 75,8 % de los encuestados opinaron siempre o casi siempre que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales para la comunidad. Un 21,0

por ciento opinaron que es indiferente. Un 3,2 por ciento opinó que casi nunca. Y ninguno opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Seguridad del producto contra la autocombustión de la harina de pescado. El 82,3 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la autocombustión de la harina de pescado o contra su contaminación. Un 12,9 % opinaron que es indiferente. Un 3,2 por ciento opinó que casi nunca. Y 1,6 % opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

Calidad de embalaje en la fábrica. El 83,9 % de los encuestados opinaron que la idea de responsabilidad social sugiere calidad de embalaje en la fábrica de harina de pescado. Un 8,1 % opinaron que es indiferente. Un 6,5 por ciento opinó que casi nunca. Y 1,6 % opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Trabajadores, Empleados y Directivos.

En general, el personal de la fábrica y su oficina principal asignó a la variable Responsabilidad Social un nivel Alto de puntaje.

El nivel de puntaje para la responsabilidad social se entiende de la siguiente manera. Dado que el número de Trabajadores, Empleados y Directivos encuestados fue 62, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje según Trabajadores, Empleados y Directivos fue de 62 a 310. Se dedujo que el nivel bajo fue de 62 a 144, el nivel medio de 145 a 227, y el nivel alto de 228 a 310.

El cuestionario de **la variable Éxito Empresarial** se aplicó a 42 encuestados: empleados y directivos de la naturaleza de estudio; en Excel, las distribuciones de frecuencias de las dimensiones de éxito empresarial arrojaron los siguientes resultados:

Se tiene que la variable Éxito Empresarial recibe **la contribución de las dimensiones** Macroentorno, Redes de soporte social, Factores personales y Factores institucionales. Donde el 89,5 % de las encuestas de éxito empresarial apuntaron favorablemente a esta variable. Que el 8,7 % de las encuestas demostraron indiferencia sobre éxito empresarial. Que el 1,2 % de las encuestas apuntaron a que casi nunca se necesita. Y que el 0,6 % apuntó a que nunca se necesita.

En cuanto a las distribuciones de frecuencias y puntajes de **los indicadores de Éxito Empresarial**, se tienen los siguientes resultados:

Ambiente económico en el país. El 90,5 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere un ambiente económico en el país que atrae las inversiones. Un 9,5 % opinaron que es indiferente. Y nadie opinó que nunca ni casi nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Ambiente político legal en el país. El 90,5 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente político legal en el país para las inversiones y el crecimiento sostenido de las empresas. Un 4,8 % opinaron que es indiferente. Un 2,4 % opinó que casi nunca. Y 2,4 % opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Ambiente tecnológico en el país. El 85,7 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente tecnológico en el país para las mejoras e innovaciones. Un 11,9 % opinaron que es indiferente. Nadie opinó que casi nunca. Y 2,4 por ciento opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Apoyo financiero en el país. El 76,2 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere un apoyo financiero en el país para hacer renovaciones en la planta. Un 21,4 % opinaron que es indiferente. 2,4 %

opinó que casi nunca. Y nadie opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Soporte profesional en el país. El 95,2 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere un soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones para vender harina de pescado en el mundo. Un 4,8 % opinaron que es indiferente. Y nadie opinó que casi nunca ni nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Red de apoyo moral. El 71,4 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere red de apoyo moral de la familia del empresario, ya sea su padre, esposa o hijo. Un 21,4 % opinaron que es indiferente. 4,8 % opinó que casi nunca. Y 2,4 % opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Empresario con decisión propia y responsabilidad. El 90,5 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario demuestra decisión propia y responsabilidad de sus acciones. Un 7,1 % opinaron que es indiferente. 2,4 % opinó que casi nunca. Y nadie opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Empresario se informa continuamente. El 100 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario se informa continuamente. Nadie opinó que es indiferente. Nadie opinó que casi nunca ni nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Experiencia gerencial. El 90,5 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario gana experiencia gerencial continuamente. 9,5 % opinó que es indiferente. Nadie opinó que casi nunca ni nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Diseño organizativo con calidad en la gestión. El 92,9 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere diseño organizativo con calidad en la gestión interna de la empresa. 7,1 por ciento opinó que es indiferente. Nadie opinó que casi nunca ni nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Coordinación. El 90,5 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere coordinación con adaptación mutua entre trabajadores adicional a los mecanismos formales. 7,1 % opinó que es indiferente. 2,4 por ciento opinó que casi nunca. Nadie opinó que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

Procesos y resultados. El 100 % de los encuestados opinaron que la idea de éxito empresarial sugiere procesos y resultados buenos. Nadie opinó que es indiferente. Nadie opinó que casi nunca o que nunca. Con nivel Alto de puntaje por los Empleados y Directivos.

En general, los Empleados y Directivos de la fábrica y su oficina principal asignaron a la variable Éxito Empresarial un nivel Alto de puntaje.

El nivel de puntaje para el éxito empresarial se entiende de la siguiente manera. Dado que el número del personal encuestado fue 42, la escala Likert mínima fue 1 y la escala Likert máxima fue 5, entonces, el puntaje según Empleados más Directivos de Pesquera Jada S.A. y su oficina principal fue de 42 a 210. Se dedujo que el nivel bajo fue de 42 a 97, el nivel medio de 98 a 153, y el nivel alto de 154 a 210.

En SPSS, en la vista de datos, se ejecutó la generación de gráficos/diagrama de dispersión de responsabilidad social y éxito empresarial.

Por favor, vea la Figura 1.

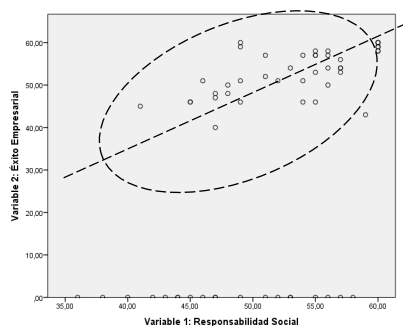


FIGURA 1. Diagrama de dispersión de Responsabilidad social con Éxito empresarial

De acuerdo con Fallas (2012), se puede decir que el diagrama de dispersión brinda una idea gráfica de la distribución bivariable, por ejemplo, entre responsabilidad social y éxito empresarial; donde cada par de valores se grafica en un sistema de ejes cartesianos.

Y brinda la manera de ver la presencia o ausencia de correlación lineal entre las variables en estudio.

En la Figura 1, se aprecia de manera preliminar que existe una correlación lineal entre Responsabilidad Social y Éxito Empresarial. En este caso, entre observaciones a nivel de medición ordinal.

Midiendo el grado de aceptación de las ideas de Responsabilidad Social y Éxito Empresarial que en una encuesta respondió el personal de Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal.

La región elíptica engloba a los puntos que conforman la distribución bivariable y su eje elíptico sugiere la tendencia creciente de la posible correlación lineal.

Se plantea el valor alfa crítico o nivel de significancia α elegido = 0,05

En SPSS, con la vista de datos, se ejecutó el análisis de correlaciones bivariadas en ambas variables: Responsabilidad Social y Éxito Empresarial.

Y habilitando la prueba Rho de Spearman solamente, porque los datos no siguen una distribución normal y la muestra es mayor que cincuenta.

Así, se obtuvo la Tabla 1 de correlaciones no paramétricas. La que se presenta a continuación.

TABLA 1. Correlaciones de Responsabilidad social y Éxito empresarial

Rho de Spearman		Responsabilidad Social	Éxito Empresarial
Variable 1: Responsabilidad Social	Coefficiente de correlación	1,000	,607**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	62	62
Variable 2: Éxito Empresarial	Coefficiente de correlación	,607**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	62	62

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

Fuente: Miranda (2023). Encuestas de responsabilidad social y éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023. Calculados con SPSS.

Se puede ver que SPSS calculó el coeficiente de correlación = 0,607 **

SPSS calculó el valor p o Sig. (bilateral) = 0,000. No se lee cero, se lee como parte decimal con varios ceros delante de la cifra significativa. Por ejemplo, pudo ser 3 E-10. Se interpreta como un número decimal muy pequeño casi cero.

Decisión: Se cumple que

Valor p (0,000...) < Valor alfa crítico (0,05)

o, escrito de otra manera,

Sig. Bilateral (0,000...) < Nivel de significancia α elegido (0,05)

Conclusión: Por lo tanto, Responsabilidad Social y Éxito Empresarial están linealmente correlacionadas. Pero, en este caso cabe ajustar el nivel de significancia de 0,05 a 0,01, entonces, se puede concluir que la correlación es significativa al nivel 0,01. Tal como lo sugirió el SPSS.

Finalmente, según la prueba Rho de Spearman, se tiene que el coeficiente de correlación 0,607 nos indica una correlación positiva moderada y según la significancia bilateral 0,000... que es menor a $\alpha = 0,01$, nos permite rechazar la H_0 y aceptar: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023.

De la misma manera, se procedió a realizar las contrastaciones de las ocho hipótesis específicas; todas indicaron una correlación lineal positiva significativa al 0,01, con seis moderadas y dos bajas. Éstas “bajas” son correlación de ambiente laboral con éxito empresarial y correlación de medioambiente con éxito empresarial.

CÓMO AVANZÓ LA COMPRENSIÓN DEL PROBLEMA DE ESTUDIO

En artículos y tesis anteriores se halló un conjunto de estudios como Responsabilidad Social Empresarial RSE en la industria pesquera marplatense, Éxito de industrias manufactureras y beneficios sociales en Manta, Responsabilidad Social Corporativa RSC de industria atunera y desarrollo socioeconómico sostenible en Manta, Prácticas de RSE de empresas familiares mexicanas y éxito competitivo e innovación, RSE y gestión empresarial de empresas colombianas, Factores del fracaso empresarial, Calidad de producción y RSE de Consorcio Pesquero El Ferrol, Aplicación móvil y RSE de Pesquera Hayduk, RSE externa de la empresa pesquera y desarrollo social de Las Delicias, RSE en la industria pesquera de Sechura, RSE de pesquera ARCOPA y bienestar de la comunidad aledaña, Gerencia

estratégica y RSE en la rentabilidad de Pesquera Exalmar.

Fueron publicaciones que brindaron alguna idea para entender la realidad problemática de la naturaleza de estudio y el problema de investigación que dice ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote-Perú 2023?

Algunos indicadores de Éxito Empresarial y Responsabilidad Social deducidos en esta investigación tienen coincidencia con los constructos expuestos en Factores del Fracaso Empresarial de Jánica et al. (2023), además de las publicaciones mencionadas. Liderazgo, Apoyo familiar, perfil del empresario, entorno económico y legal, y marketing.

El presente trabajo contribuye con un modelo piloto de indicadores de Responsabilidad Social y Éxito Empresarial deducidos a partir de las teorías presentadas en las bases teóricas según Correa, Flynn y Amit (2004) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, y de Quintana (2001); adecuadas a la realidad de las empresas latinoamericanas y del sector pesquero.

Este informe final aporta un paradigma de sinceridad, responsabilidad e inocuidad que la naturaleza de estudio y sus directivos pusieron en práctica antes del trabajo de campo de la presente investigación. Un paradigma que destaca en la realidad problemática de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú 2023 debido a su necesidad de mantener la operativización de sus sistemas de calidad mediante protocolos.

Este informe final también aporta una síntesis de los sistemas de Buenas Prácticas de Manufactura GMP y de Suministro Responsable Marin Trust MT que están funcionando en la organización mencionada.

Finalmente, en una de las revisiones se halló una iniciativa de Pesquera Hayduk para interactuar con la comunidad de Coishco-

Chimbote a través de una aplicación móvil descargable al teléfono móvil del poblador por Google Play. Esto constituye un ejemplo de macro tendencia del uso de tecnologías planteado en el modelo piloto de indicadores de responsabilidad social y éxito empresarial.

CONCLUSIONES

Conclusión General. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la óptima práctica de la RS eleva el éxito empresarial.

Conclusión Específica 1. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión ética empresarial de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la ética de cada uno fortalece el éxito empresarial.

Conclusión Específica 2. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión ambiente laboral de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que un buen ambiente laboral eleva el éxito empresarial.

Conclusión Específica 3. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión medioambiente de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la práctica correcta de cuidado del medioambiente hace más duradero el éxito empresarial.

Conclusión Específica 4. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la dimensión ‘compromiso con la

comunidad y marketing responsable’ de responsabilidad social con el éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que un consciente compromiso con la comunidad y marketing responsable robustece el éxito empresarial.

Conclusión Específica 5. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión macroentorno de éxito empresarial es significativo. Se concluye que la buena práctica de RS mejora la adecuación de la empresa al marco general del entorno.

Conclusión Específica 6. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión redes de soporte social de éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la práctica de RS predispone a la empresa a coordinar las orientaciones y servicios que ofrecen las redes de soporte social.

Conclusión Específica 7. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores personales de éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la buena práctica de RS se alimenta con los factores personales del empresario.

Conclusión Específica 8. Según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023, el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión factores institucionales de éxito empresarial es significativo. Por lo que se concluye que la buena práctica de RS modera y eleva los factores institucionales de la empresa y el nivel de operacionalización de los sistemas de calidad.

RECOMENDACIONES

Recomendación General. Se recomienda a la comunidad académica científica que investigue el nivel de relación de la responsabilidad social y el éxito empresarial en otras empresas industriales del sector pesquero en Perú, utilizando el modelo piloto planteado en el presente informe final de tesis; y realizando un análisis comparado de muestras, porque se correrían encuestas sobre muestras probabilísticas en cada empresa pesquera y enfocadas al problema principal según el modelo mencionado. Porque según la CEPAL, las empresas en América Latina aun perciben la misma preocupación por el impacto ambiental, el desarrollo de la comunidad, la ética en la empresa y las condiciones laborales de los colaboradores.

Primera Recomendación Específica. Se recomienda a la señora Administradora del Grupo Cavenago que implemente algún mecanismo que fortalezca la dimensión ética empresarial en el personal de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú a fin de preservar la práctica de los valores de sinceridad, responsabilidad e inocuidad encontrados en el trabajo de campo de la presente investigación. El éxito empresarial de la fábrica depende de la internalización de esos valores en el personal y la empresa en general. Ese mecanismo puede ser un plan de acción que comprenda toma de prueba de entrada, desarrollo de taller de valores de sinceridad y responsabilidad, y toma de prueba de salida. De esta manera, la empresa desarrollará más capacidad para hacerse responsable de sus operaciones; sus actividades crearán valor tanto para los accionistas como para la sociedad.

Segunda Recomendación Específica. Se recomienda a la señora Administradora del Grupo Cavenago que innove la dimensión ambiente laboral en Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú mediante el diseño de una política de beneficios no remunerativos que brinde satisfacción laboral y que esté vinculada al programa de capacitación anual existente.

Tercera Recomendación Específica. Se recomienda al señor Gerente de Operaciones de Pesquera JADA S.A. en Chimbote-Perú que innove la dimensión medioambiente en la fábrica, dada la solidez de POES, HACCP, GMP y MT tanto en administración-planta como en operadores-planta. Una política de transparencia en la dimensión medioambiente reforzaría el componente de responsabilidad ambiental del Sistema GMP con un mecanismo de acción, como, por ejemplo, un portal de internet que considere dos momentos: la temporada de pesca y la temporada de veda.

Cuarta Recomendación Específica. Se recomienda al señor Gerente General de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote-Perú que tome en consideración la dimensión ‘compromiso con la comunidad y marketing responsable’, para evaluar la conveniencia de destinar recursos económicos no mayores a 7 unidades impositivas tributarias en la modalidad de obras por impuestos para contribuir con espacios más seguros y sostenibles. A su vez, una política de transparencia ayudaría al posicionamiento de la responsabilidad social en el personal y al compromiso con la comunidad dado que la población en la ciudad de Chimbote aumentará y el gobierno local necesitaría minimizar el impacto ambiental negativo que ocasionarían las actividades de estas poblaciones.

Quinta Recomendación Específica. Se recomienda al señor Propietario del Grupo Cavenago que tome en consideración la posibilidad de reunirse con los Presidentes de las otras empresas industriales pesqueras de Chimbote para innovar su dimensión macroentorno mediante la formación de un clúster territorial a fin de generar una visión estratégica que vincule el desarrollo del territorio con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 a través de proyectos de tipo social, productivo y ambiental gestionados a través de las Asociaciones Público-Privadas. El fondo que se cree con aportes voluntarios sería administrado por el clúster y financiaría una matriz de proyectos gestionada por el

mismo y coordinada con los gobiernos local, regional y nacional de manera que vaya de acuerdo con la estabilidad que necesiten estas empresas para cumplir sus compromisos e inversiones.

Sexta Recomendación Específica. Se recomienda a la señora Administradora del Grupo Cavenago que pruebe el modelo piloto de responsabilidad social y éxito empresarial como una herramienta de control de la alta dirección; que consistiría en aplicar una encuesta anónima al personal de Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en Chimbote; donde se recopilarían los valores instantáneos de los indicadores de ética empresarial, ambiente laboral, medioambiente, compromiso con la comunidad y marketing responsable, macroentorno, redes de soporte social, factores personales, y factores institucionales. Esta constituiría una herramienta para comparar momentos distintos de una gestión, a fin de administrar una organización industrial que debe operar en condiciones muy exigentes dadas por los compradores internacionales en el mundo y las leyes peruanas de pesca, de medioambiente y de trabajo.

Séptima Recomendación Específica. Se recomienda al señor Superintendente de Planta de Pesquera JADA S.A. que internalice en su personal competente ingresante el paradigma de sinceridad, responsabilidad e inocuidad de la Alta Dirección en el componente de trazabilidad del Sistema de Suministro Responsable Marin Trust a fin de mantener el alto nivel de puntaje obtenido en las encuestas de responsabilidad social y éxito empresarial. Mediante un taller con test de inicio, capacitación en valores y protocolos, y test de término. Se necesita conservar proveedores y clientes con confianza y preferencia, y una comunidad con confianza y satisfacción. Porque ya se ha visto la experiencia de la pandemia COVID-19 del 2020-2021, y de los factores climáticos cíclicos y adversos en el mar peruano, y las exigencias de calidad e inocuidad de harina y aceite de pescado, y la

preocupación de abastecimiento de los fabricantes de alimentos.

Octava Recomendación Específica. Se recomienda al Gerente General de Pesquera JADA S.A. que ordene inicio inmediato de captura de pescado y producción aun cuando el Ministerio de la Producción de Perú autorice una temporada de pesca con una cuota de captura menor que 2 mil millones de Toneladas Métricas de anchoveta ya que su formato de planta le permite asegurar un punto de equilibrio a máxima capacidad con esa cuota, así sea cuando aproxime un entorno climático adverso para el sector pesquero peruano. La fortaleza de su dimensión Factores Institucionales reside en las competencias de su personal y en la operativización de sus sistemas de calidad. Porque si una empresa quiere tener éxito, necesita personal preparado y capacitado que haga las cosas bien, que los buenos resultados de inocuidad y calidad del alimento serán el respaldo del personal y la empresa en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cevallos, J. (2021).** La responsabilidad social corporativa de la industria atunera y su influencia en el desarrollo socioeconómico sostenible de la Ciudad Manta-Ecuador. Tesis para optar el grado académico de doctor en ciencias administrativas. Universidad San Marcos.
- Correa, M., Flynn, S. y Amit, A. (2004).** Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Serie Medio ambiente y desarrollo N°85. CEPAL. América Latina.
- Cuevas, R. (2009).** Economía y ética en la obra de Adam Smith: la visión moral del capitalismo. Revista Ciencia y Sociedad. Vol. XXXIV, Núm. 2, abril-junio 2009, 206-233. Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
- Fallas, J. (2012).** Correlación lineal midiendo la relación entre dos variables. Bajo licencia de Creative Commons.

Universidad para la Cooperación
Internacional. Costa Rica.

Gilli, J., Arostegui, A., Doval, I., Iesulauro, A. y Schulman, D. (2013).

Diseño organizativo: estructura y procesos. Ediciones Granica. Argentina.
<https://books.google.com.pe/books?id=IXpfAAAAQBAJ&lpg=PA2&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q&f=false>

Hernández-Palma, H., Pitre-Redondo, R. y Orozco-Daza, B. (2020). Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial. Dictamen Libre, (27).
<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6269>

Hinostroza, L. (2012). Los fundamentos del éxito de las empresas familiares en el Perú. Tesis para optar el grado académico de doctor en ciencias administrativas. Universidad San Marcos. Lima-Perú.

JADA (2022 a). Manual de Procedimientos Operacionales Estándar de Saneamiento POES.

JADA (2022 b). Manual del Plan de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control HACCP.

JADA (2022 c). Manual de Buenas Prácticas de Manufactura GMP.

JADA (2022 d). Manual de Suministro Responsable Marine Trust MT.

Jost, S., Terrazas, A., Manjarrez, I., Chávez, A. y Valle, S. (2012). Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales. Universidad La Salle. Chihuahua. México.
https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=0ade669e-4a46-3edf-bd16-e7eb6403e0fb&groupId=252038

Lam, S. (2017). La resiliencia en la sostenibilidad empresarial de las medianas empresas industriales manufactureras de Guayas-Ecuador. [Tesis de doctorado,

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Miñán, G., Moja, J., Símpalo, W. y Castillo, W. (2020). Gestión de riesgos implementando la ley peruana 29783 en una empresa pesquera. Artículo. Revista Ingeniería Industrial Vol. XLI, No.3, setiembre-diciembre 2020. Chimbote-Perú.
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3231>
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UEPU_bd47e84cbb924a5d3844993f3a367eb4

Miranda, R. (2023). Responsabilidad social y éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023. Tesis de doctorado en Administración, Universidad Alas Peruanas, Escuela de posgrado.

Morales, O., Roldán, A., Kim, J., Madero, S., Olivas-Luján, M., Robertson, C., Borda, A. y Melson, B. (2014). Casos exitosos de empresas latinoamericanas en Asia. Editado por Cengage Learning Argentina y ESAN. México.

Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Serie Medio ambiente y desarrollo N°72. CEPAL. Chile.

Pallí, J. (1985). Ética Eudemia de Aristóteles. Editorial Gredos. Madrid. España.

Piedra, J., Calvo, C., Villarán, A., León, R., Casuso, G., Brescia, C. y Quea, V. (2014). Desafíos éticos en los negocios. Editor Cesare del Mastro Puccio. Primera edición. Serie conferencias 15. Universidad del Pacífico. Lima. Perú.

Plans, N., Pato, M., Tomás, J., Gil, M., Gómez, J., Bonmatí, I., Cantera, L., Brotons, L., Conesa, F. y Coloma, F.

(2021). RH positivo: siete casos de éxito empresarial y un método de innovación enfocados en las personas. Profit Editorial. España.

Quintana, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. Revista Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa. Vol. 7, N°2, 2001, pp. 139-158. Editada por la Academia europea de dirección y economía de la empresa. España.

Schwalb, M., Araujo, P., Soldevilla, V., Quea, V. y Lay, P. (2010). Experiencias exitosas de responsabilidad social empresarial. Serie Apuntes de estudio No. 72. Editora Maria Matilde Schwalb. Universidad del Pacífico. Lima, Perú.

Spiegel, M. y Stephens, L. (2009). Estadística. McGraw-Hill/Interamericana Editores. Cuarta edición. 601 páginas. México.

ANEXOS

ANEXO N° 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023							
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	METODOLOGÍA	
PG: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OG: Determinar el nivel de relación de la responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HG: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y el éxito empresarial H0: No existe relación significativa entre la responsabilidad social y el éxito empresarial	VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL	Ética empresarial	Ética del empresario	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Nivel: Descriptivo Correlacional. Método: Hipotético Deductivo. Diseño: No experimental, transversal. Población: 74 personas. Instrumentos: Cuestionario de responsabilidad social dirigido a directivos, empleados y trabajadores. Con muestra de 62. Cuestionario de éxito empresarial dirigido a directivos y empleados. Con muestra menor que 62. Técnicas de procesamiento de datos: Codificación, consistenciación, clasificación, tabulación.	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS			Ambiente laboral		Capacitación en ética
PE1: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión 'ética empresarial' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE1: Analizar el nivel de relación de la dimensión 'ética empresarial' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE1: Existe relación significativa de la dimensión 'ética empresarial' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023					Ética del personal
PE2: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión 'ambiente laboral' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE2: Establecer el nivel de relación de la dimensión 'ambiente laboral' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE2: Existe relación significativa de la dimensión 'ambiente laboral' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023		Medioambiente	Liderazgo y beneficios		
PE3: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión 'medioambiente' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE3: Determinar el nivel de relación de la dimensión 'medioambiente' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE3: Existe relación significativa de la dimensión 'medioambiente' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023			Control de riesgos de		
PE4: ¿Cuál es el nivel de relación de la dimensión 'compromiso con la comunidad y marketing responsable' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE4: Encontrar el nivel de relación de la dimensión 'compromiso con la comunidad y marketing responsable' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE4: Existe relación significativa de la dimensión 'compromiso con la comunidad y marketing responsable' de responsabilidad social con el éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023		Compromiso con la comunidad y marketing responsable	Capacitación de seguridad		
PE5: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'macroentorno' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE5: Identificar el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'macroentorno' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE5: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'macroentorno' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023			Jefes competentes en ambiente		
PE6: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'redes de soporte social' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE6: Medir el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'redes de soporte social' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE6: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'redes de soporte social' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023		V2: ÉXITO EMPRESARIAL	Control de riesgos ambientales		
PE7: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'factores personales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE7: Examinar el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'factores personales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE7: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'factores personales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023			Promoción de objetivos sociales		
PE8: ¿Cuál es el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'factores institucionales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023?	OE8: Precisar el nivel de relación de la responsabilidad social con la dimensión 'factores institucionales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023	HE8: Existe relación significativa de la responsabilidad social con la dimensión 'factores institucionales' de éxito empresarial según el personal de la fábrica Pesquera JADA S.A. y su oficina principal, Chimbote 2023			Seguridad del producto		
			Calidad de embalaje				
			Ambiente económico				
			Ambiente político legal				
			Ambiente tecnológico				
			Apoyo financiero				
			Soporte profesional				
			Red de apoyo moral				
			Actitudes				
			Formación				
			Experiencia gerencial				
			Diseño organizativo				
			Coordinación				
			Procesos y resultados				

ANEXO N° 02

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrumento 1: Cuestionario de responsabilidad social

Instrumento 2: Cuestionario de éxito empresarial

CUESTIONARIO

Número

<p>¿Para qué? Esta encuesta es anónima y tiene por finalidad recoger información sobre el nivel de relación entre responsabilidad social y éxito empresarial en la fábrica de harina de pescado en Chimbote. Para mi tesis doctoral en administración.</p> <p>Indicaciones. Por favor, marque usted con un aspa (X) sólo en una alternativa que crea correcta por pregunta y con la mayor sinceridad y seriedad, considerando la escala que se presenta en las columnas del lado derecho.</p>	Valoración				
	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre

Instrumento: 1 - Cuestionario de responsabilidad social

D1: Dimensión Ética Empresarial					
1. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del empresario?					
2. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación en ética?					
3. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere una ética del personal?					

D2: Dimensión Ambiente Laboral					
4. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere liderazgo positivo y beneficios sociales para el personal y sus familias?					
5. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos de seguridad?					
6. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación de seguridad?					

D3: Dimensión Medio Ambiente					
7. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere jefes competentes en medio ambiente?					
8. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere control de riesgos ambientales?					
9. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere dar capacitación de ambiente?					

Valoración				
Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre

D4: Dimensión Compromiso con la Comunidad y Marketing Responsable				
10. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere promoción de objetivos sociales para la comunidad? (p.ej. voluntariado ambiental, evento especial con alcaldía, etc.)				
11. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere seguridad del producto contra la auto combustión de la harina?				
12. ¿Considera usted que la idea de responsabilidad social sugiere calidad de embalaje?				

Gracias.

Lugar: (lugar donde labora)

1 – Oficina Principal

2 – Fábrica Pesquera JADA

Personal Encuestado: (campo que corresponda)

1 - Trabajador

2 – Empleado

3 – Directivo

CUESTIONARIO

Número

<p>¿Para qué? Esta encuesta es anónima y tiene por finalidad recoger información sobre el nivel de relación entre responsabilidad social y éxito empresarial en la fábrica de harina de pescado en Chimbote. Para mi tesis doctoral en administración.</p> <p>Indicaciones. Por favor, marque usted con un aspa (X) sólo en una alternativa que crea correcta por pregunta y con la mayor sinceridad y seriedad, considerando la escala que se presenta en las columnas del lado derecho.</p>	Valoración				
	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre

Instrumento: 2 - Cuestionario de éxito empresarial

D5: Dimensión Macroentorno					
13. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un ambiente económico en el país que atrae las inversiones?					
14. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente político legal en el país para las inversiones y el crecimiento sostenido de las empresas?					
15. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un atractivo ambiente tecnológico en el país para las mejoras e innovaciones?					

D6: Dimensión Redes de Soporte Social					
16. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere contar con apoyo financiero en el país para hacer renovaciones en su planta?					
17. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere un soporte profesional en el país con redes de impulso a las exportaciones para vender harina de pescado en el mundo?					
18. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere una red de apoyo moral de la familia del empresario, ya sea su padre, esposa o hijo?					

D7: Dimensión Factores Personales					
19. ¿Considera usted que el éxito empresarial sugiere que un empresario demuestra decisión propia y responsabilidad de sus acciones?					
20. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario se informa continuamente?					
21. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere que un empresario gana experiencia gerencial continuamente?					

Valoración				
Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre

D8: Dimensión Factores Institucionales					
22. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere calidad en la gestión interna de la empresa?					
23. ¿Considera usted que la idea de éxito empresarial sugiere coordinación con adaptación mutua entre trabajadores adicional a los mecanismos formales?					
24. ¿Considera usted que el éxito empresarial puede estar dado por la cantidad de pescado procesado por tonelada de harina y que los ingresos en dólares no son menores que el punto de equilibrio en dólares y que el precio por tonelada de harina no es menor que el costo total de operación por tonelada de harina?					

Gracias.

Lugar: (lugar donde labora)

 1 – Oficina Principal

 2 – Fábrica Pesquera JADA

Personal Encuestado: (campo que corresponda)

 1 - Trabajador

 2 – Empleado

 3 – Directivo

ANEXO N° 03

FICHAS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

04 fichas de validación del Instrumento 1 – Cuestionario de responsabilidad social

04 fichas de validación del Instrumento 2 – Cuestionario de éxito empresarial

NOTA. – Dada la disponibilidad de esta copia de tesis en el repositorio público de la Universidad, las firmas en las fichas siguientes han sido veladas por razones de protección.

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: **RAMÍREZ JULCA MÁXIMO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR**
- 1.3 Cargo e institución donde labora: **DOCENTE TC UAP**
- 1.4 Título de la Investigación: **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.**
- 1.5 Autor del instrumento: **Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH**
- 1.6 Doctorado: **ADMINISTRACIÓN**
- 1.7 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					90
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					90
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					90
SUB TOTAL					180	810
TOTAL						990/10=99

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20): 99 x 0.20 = 19.80

VALORACIÓN CUALITATIVA: Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 15 de diciembre de 2022.

firmada

.....
Dr. MÁXIMO RAMÍREZ JULCA
ORCID: 0000-0002-6879-0577

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

- I. **DATOS GENERALES**
- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** RAMÍREZ JULCA MÁXIMO
- 1.2 **Grado académico:** DOCTOR
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** DOCENTE TC UAP
- 1.4 **Título de la Investigación:** RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH
- 1.6 **Doctorado:** ADMINISTRACIÓN
- 1.7 **Nombre del instrumento:** CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					100
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					100
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.				80	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					100
SUB TOTAL					160	800
TOTAL						960/10=96

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20): $96 \times 0.20 = 19.20$

VALORACIÓN CUALITATIVA: Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 15 de diciembre de 2022.

firmada

.....
Dr. MAXIMO RAMÍREZ JULCA
ORCID: 0000-0002-6879-0577

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

II. DATOS GENERALES

- 2.1 **Apellidos y nombres del experto:** Lovera Bernaola Denny Rolando
- 2.2 **Grado académico:** Doctor en Administración
- 2.3 **Cargo e institución donde labora:** DTP UNAC
- 2.4 **Título de la Investigación:** RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.
- 2.5 **Autor del instrumento:** Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH
- 2.6 **Doctorado:** ADMINISTRACIÓN
- 2.7 **Nombre del instrumento:** CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					90
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de					90
SUB TOTAL					160	720
TOTAL						880/10=88

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20): 88 x 0.20 = 17.60

VALORACIÓN CUALITATIVA: Muy bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 13 de diciembre de 2022.

firmada

DR. DENNY ROLANDO LOVERA BERNAOLA
ORCID:0000-0003-4040-7537

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

II. DATOS GENERALES

- 2.1 **Apellidos y nombres del experto:** Lovera Bernaola Denny Rolando
- 2.2 **Grado académico:** Doctor en Administración
- 2.3 **Cargo e institución donde labora:** DTP UNAC
- 2.4 **Título de la Investigación:** RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.
- 2.5 **Autor del instrumento:** Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH
- 2.6 **Doctorado:** ADMINISTRACIÓN
- 2.7 **Nombre del instrumento:** CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					95
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					95
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					95
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					95
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					95
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					95
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.				80	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de					90
SUB TOTAL					160	750
TOTAL						910/10=91

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20): 91 x 0.20 = 18.2

VALORACIÓN CUALITATIVA: Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 13 de diciembre de 2022.

firmada

DR. DENNY ROLANDO LOVERA BERNAOLA
ORCID:0000-0003-4040-7537

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

III. DATOS GENERALES

- 3.1 Apellidos y nombres del experto: **MIRANDA CHÁVEZ ALCIBIADES HELÍ**
- 3.2 Grado académico: **DOCTOR EN BIOLOGIA**
- 3.3 Cargo e institución donde labora: **DOCENTE – UNIVERSIDAD CESAR VAELEJO**
- 3.4 Título de la Investigación: **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.**
- 3.5 Autor del instrumento: **Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH**
- 3.6 Doctorado: **ADMINISTRACIÓN**
- 3.7 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				80	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de					90
SUB TOTAL					400	450
TOTAL						850:10 =85

VALORACIÓN CUANTITATIVA (85 x 0.20): 17.00

VALORACIÓN CUALITATIVA: Valoración alta

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Cuenta con aplicabilidad

Lima, 15 de diciembre de 2022.

firmada

DR. ALCIBIADES HELÍ MIRANDA CHÁVEZ
ORCID: 0000-0002-5549-5894

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

III. DATOS GENERALES

- 3.1 Apellidos y nombres del experto: **MIRANDA CHÁVEZ ALCIBIADES HELÍ**
- 3.2 Grado académico: **DOCTOR EN BIOLOGÍA**
- 3.3 Cargo e institución donde labora: **DOCENTE – UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
- 3.4 Título de la Investigación: **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL EN CHIMBOTE, 2022.**
- 3.5 Autor del instrumento: **Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH**
- 3.6 Doctorado: **ADMINISTRACIÓN**
- 3.7 Nombre del instrumento: **CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL**

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				80	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de					90
SUB TOTAL					400	450
TOTAL						850:10 =85

VALORACIÓN CUANTITATIVA (Total x 0.20): $85 \times 0.20 = 17.00$

VALORACIÓN CUALITATIVA: Valoración alta

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Cuenta con aplicabilidad

Lima, 15 de diciembre de 2022.

firmada

DR. ALCIBIADES HELÍ MIRANDA CHÁVEZ
ORCID: 0000-0002-5549-5894

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

4.1 Apellidos y nombres del experto: SOLÍS CÉSPEDES PEDRO ANÍBAL

4.2 Grado académico: DOCTOR

4.3 Cargo e institución donde labora: DOCENTE TC UAP

4.4 Título de la Investigación: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL EN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.

4.5 Autor del instrumento: Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH

4.6 Doctorado: ADMINISTRACIÓN

4.7 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de					X
SUB TOTAL					160	720
TOTAL						880:10=88

VALORACIÓN CUANTITATIVA (88 x 0.20): 17.60

VALORACIÓN CUALITATIVA: ALTA VALORACIÓN CUALITATIVA

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: PERMITE SU APLICABILIDAD

Lima, 15 de diciembre de 2022.

firmada

DR. PEDRO ANÍBAL SOLIS CÉSPEDES
 ORCID:0000-0003-4040-7537

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IV. DATOS GENERALES

4.1 Apellidos y nombres del experto: SOLIS CÉSPEDES PEDRO ANÍBAL

4.2 Grado académico: DOCTOR

4.3 Cargo e institución donde labora: DOCENTE TC UAP

4.4 Título de la Investigación: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.

4.5 Autor del instrumento: Mg. ROBERTO EDUARDO MIRANDA NORTH

4.6 Doctorado: ADMINISTRACIÓN

4.7 Nombre del instrumento: CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ÉXITO EMPRESARIAL

INDICADORES	CUALITATIVOS	CRITERIOS				
		CUANTITATIVOS				
		Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41- 60%	Muy Bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de					X
SUB TOTAL					160	720
TOTAL						880:10=88

VALORACIÓN CUANTITATIVA (88 x 0.20): 17.60

VALORACIÓN CUALITATIVA: ALTA VALORACIÓN CUALITATIVA

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: PERMITE SU APLICABILIDAD

Lima, 15 de diciembre de 2022.

firmada

DR. PEDRO ANÍBAL SOLIS CÉSPEDES
ORCID:0000-0003-4040-7537

ANEXO N° 04
COPIA DE LA DATA PROCESADA

Datos recogidos con encuesta de responsabilidad social en 62 personas

Datos recogidos con encuesta de éxito empresarial en 42 personas

Datos recogidos con encuesta de responsabilidad social en 62 personas

AR	N U	V I	D I	P1	P2	P3	D 2	P4	P5	P6	D 3	P7	P8	P9	D 4	P10	P11	P12
----	--------	--------	--------	----	----	----	--------	----	----	----	--------	----	----	----	--------	-----	-----	-----

CE: DIRECTIVO LU: OF. PRINCIPAL

Gerencia	1	56	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	2	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	3	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	4	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	5	56	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre

CE: EMPLEADO LU: OF. PRINCIPAL

Gerencia	6	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	7	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	8	48	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	9	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	A veces	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	10	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	11	55	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	12	52	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces
Ad/Fi/Co y SS	13	49	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	14	49	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	10	A veces	A veces	Casi Siempre	12	A veces	Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	15	51	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	16	48	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	12	Casi Siempre	A veces	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	17	47	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	11	Siempre	A veces	A veces	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces
Ad/Fi/Co y SS	18	49	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	9	A veces	A veces	A veces	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	19	47	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	10	A veces	Casi Siempre	A veces
Ad/Fi/Co y SS	20	51	13	Siempre	A veces	Siempre	11	Siempre	A veces	A veces	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre
Sigue ...																		

... Continua																		
AR	N U	V 1	D 1	P1	P2	P3	D 2	P4	P5	P6	D 3	P7	P8	P9	D 4	P10	P11	P12
Ad/Fi/Co y SS	21	47	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	9	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca
Ad/Fi/Co y SS	22	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	23	41	10	Casi Siempre	A veces	A veces	8	A veces	A veces	Casi Nunca	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	24	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Of. de Flota	25	46	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces
Of. de Flota	26	56	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre
Of. de Flota	27	45	10	A veces	Casi Siempre	A veces	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre
Almacén	28	45	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	8	A veces	A veces	Casi Nunca
CE: EMPLEADO LU: FÁBRICA																		
Ad.Planta y SS	29	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	30	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	31	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	32	56	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	33	57	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	34	57	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	35	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad.Planta y SS	36	55	12	Siempre	A veces	Casi Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	37	55	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	38	55	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	39	55	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Sigue ...																		

... Continúa																		
AR	N U	V 1	D 1	P1	P2	P3	D 2	P4	P5	P6	D 3	P7	P8	P9	D 4	P10	P11	P12
Ad.Planta y SS	40	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad.Planta y SS	41	53	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	42	49	10	A veces	Casi Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre

CE: TRABAJADOR LU: FÁBRICA

Oper. Planta	43	45	12	A veces	Casi Siempre	Siempre	10	A veces	A veces	Casi Siempre	10	A veces	A veces	Casi Siempre	13	Siempre	A veces	Siempre
Oper. Planta	44	56	12	Casi Siempre	A veces	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre
Oper. Planta	45	40	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	7	A veces	Casi Nunca	Casi Nunca	9	A veces	A veces	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Oper. Planta	46	47	10	Casi Siempre	A veces	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Oper. Planta	47	53	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	10	Casi Siempre	A veces	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre
Oper. Planta	48	55	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Oper. Planta	49	53	12	Casi Siempre	A veces	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Oper. Planta	50	36	3	Nunca	Nunca	Nunca	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	10	Siempre	A veces	Casi Nunca
Oper. Planta	51	49	10	Casi Siempre	A veces	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	11	A veces	A veces	Siempre
Oper. Planta	52	47	12	Casi Siempre	Siempre	A veces	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	9	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	12	Casi Nunca	Siempre	Siempre
Oper. Planta	53	44	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre
Oper. Planta	54	52	7	Nunca	Nunca	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Oper. Planta	55	44	9	Casi Nunca	Casi Nunca	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	11	Siempre	A veces	A veces	10	A veces	A veces	Casi Siempre
Oper. Planta	56	42	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	9	Casi Nunca	Casi Siempre	A veces	10	Casi Siempre	A veces	A veces
Oper. Planta	57	46	9	A veces	A veces	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Siempre	Siempre	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre
Oper. Planta	58	51	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	7	Siempre	Nunca	Nunca

Sigue ...

... Continúa																		
AR	N U	V 1	D 1	P1	P2	P3	D 2	P4	P5	P6	D 3	P7	P8	P9	D 4	P10	P11	P12
Oper. Planta	59	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Oper. Planta	60	38	9	Casi Siempre	Nunca	Casi Siempre	9	A veces	A veces	A veces	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	Casi Nunca	Casi Siempre
Oper. Planta	61	43	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Siempre	A veces	Siempre	7	A veces	Casi Nunca	Casi Nunca
Oper. Planta	62	58	13	A veces	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre responsabilidad social en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

Datos recogidos con encuesta de éxito empresarial en 42 personas

AR	N U	V 2	D 5	P13	P14	P15	D 6	P16	P17	P18	D 7	P19	P20	P21	D 8	P22	P23	P24
CE: DIRECTIVO				LU: OF. PRINCIPAL														
Gerencia	1	58	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	2	59	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	3	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	4	58	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Gerencia	5	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
CE: EMPLEADO				LU: OF. PRINCIPAL														
Gerencia	6	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	7	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	8	48	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	9	46	8	A veces	Casi Nunca	A veces	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	10	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	11	46	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	10	A veces	Casi Siempre	A veces	13	A veces	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	12	51	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	13	46	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	14	51	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	14	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	15	52	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	16	50	10	Siempre	Casi Siempre	Nunca	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	17	48	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	18	59	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	19	47	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	12	Siempre	A veces	Casi Siempre
Sigue ...																		

... Continúa																		
AR	N U	V 2	D 5	P13	P14	P15	D 6	P16	P17	P18	D 7	P19	P20	P21	D 8	P22	P23	P24
Ad/Fi/Co y SS	20	57	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	21	40	8	A veces	Nunca	Casi Siempre	12	Siempre	Casi Siempre	A veces	10	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	Casi Nunca	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	22	43	9	A veces	A veces	A veces	8	Casi Nunca	Casi Siempre	Casi Nunca	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad/Fi/Co y SS	23	45	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	10	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	12	Casi Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Ad/Fi/Co y SS	24	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Of. de Flota	25	51	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre
Of. de Flota	26	50	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Of. de Flota	27	46	13	Siempre	Siempre	A veces	7	A veces	A veces	Nunca	15	Siempre	Siempre	Siempre	11	Casi Siempre	A veces	Casi Siempre
Almacén	28	46	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	11	Casi Siempre	Casi Siempre	A veces	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre
CE: EMPLEADO				LU: FÁBRICA														
Ad.Planta y SS	29	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	30	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	31	58	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	32	54	15	Siempre	Siempre	Siempre	11	A veces	A veces	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	A veces	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	33	56	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Siempre	A veces	15	Siempre	Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre
Ad.Planta y SS	34	53	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	10	A veces	Casi Siempre	A veces	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	35	54	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	36	58	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	37	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	38	57	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Sigue ...																		

... Continúa																		
AR	N U	V 2	D 5	P13	P14	P15	D 6	P16	P17	P18	D 7	P19	P20	P21	D8	P22	P23	P24
Ad.Planta y SS	39	53	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Siempre	Siempre	Casi Siempre	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	40	51	13	Casi Siempre	Siempre	Casi Siempre	11	A veces	Casi Siempre	Casi Siempre	13	Siempre	Siempre	Casi Siempre	14	Siempre	Casi Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	41	54	13	Casi Siempre	Casi Siempre	Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre	13	Siempre	Casi Siempre	Casi Siempre	14	Casi Siempre	Siempre	Siempre
Ad.Planta y SS	42	60	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre	15	Siempre	Siempre	Siempre

Fuente: Miranda (2023). Encuesta sobre éxito empresarial en Pesquera JADA S.A. y su Oficina Principal en Chimbote, Perú. Tomada el I Trimestre del 2023.

ANEXO N° 05

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Se entiende que este anexo no se usó porque el trabajo no ha tomado información confidencial de personas ni de la empresa.

ANEXO N° 06

AUTORIZACIÓN DE LA ENTIDAD DONDE SE REALIZÓ EL TRABAJO DE CAMPO



“AÑO DE LA UNIDAD LA PAZ Y EL DESARROLLO”

Chimbote, 28 de Noviembre de 2023.

Señor
Dr. Carlos Valderrama Zapata
Director (e) de la Escuela de Posgrado de la Universidad Alas Peruanas
Jr. Pablo Fernandini N° 1140, Pueblo Libre.
Lima.

De nuestra consideración:

La empresa Pesquera JADA S.A. y su oficina principal en la Ciudad de Chimbote-Perú autorizó al Sr. Roberto Eduardo Miranda North a realizar su trabajo de campo con encuestas al personal y recopilación de datos en nuestras instalaciones el primer trimestre del 2023 para desarrollar su tesis doctoral de administración titulada:

“RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023”.

Atentamente,


Pesquera JADA S.A.

firmada

Ing. Jacobo Cavenago Rebaza
Gerente General

Ing. Jacobo Cavenago Rebaza

Gerente General

NOTA. – Dada la disponibilidad de esta copia de tesis en el repositorio público de la Universidad, la firma ha sido velada por razones de protección.

DOMICILIO FISCAL: AV. ANTONIO MIROQUESADA N° 449 DPTO. 1204 MAGDALENA DEL MAR - LIMA - LIMA
SEDE PRODUCTIVA: MZ. B LTE. 4 y 5 ZONA INDUSTRIAL GRAN TRAPECIO TELEF. (043) 352829 CHIMBOTE - SANTA - ANCASH
pesquerajadasa@grupocavenago.com.pe

ANEXO N° 07

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL INFORME FINAL DE TESIS

Yo, Roberto Eduardo MIRANDA North, identificado con DNI N° 07206882, alumno egresado del doctorado de administración de la escuela de posgrado de la Universidad Alas Peruanas, soy autor de la tesis titulada:

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉXITO EMPRESARIAL SEGÚN EL PERSONAL DE LA FÁBRICA PESQUERA JADA S.A. Y SU OFICINA PRINCIPAL, CHIMBOTE 2023.

En muestra de lo cual firmo la presente declaratoria.

Lima, 28 de noviembre del 2023.

firmada

Mg. Roberto Eduardo MIRANDA North

Código de alumno: 2014114042

ORCID: 0000-0002-5607-1444

NOTA. – Dada la disponibilidad de esta copia de tesis en el repositorio público de la Universidad, la firma ha sido velada por razones de protección.
