



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tesis de Investigación Científica

**“RELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DE MANTENIMIENTO Y SEÑALIZACIÓN VIAL DE
AREQUIPA, 2020”**

Por la Bachiller:

Karla Gabriela Delgado Meza

Asesor: Miguel Gerardo Mendoza Vargas

Para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

AREQUIPA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a todas las personas que me brindaron su apoyo y ánimo en el desarrollo de esta investigación, en especial a mis padres y hermano por haberme apoyado en todo momento, por la motivación, el amor y su gran ejemplo de superación y perseverancia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la universidad La Salle, por los conocimientos y enseñanzas brindados durante estos 5 años de estudio; a los profesores quienes con sus conocimientos me guiaron a través de cada una de las etapas de este proyecto; a mi familia, por brindarme todo su apoyo y confianza en todo este proceso. Muchas gracias a todos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
ÍNDICE	III
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
RESUMO	XI
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
Análisis del sector de las MYPES de mantenimiento y señalización vial peruano	13
Análisis del sector de mantenimiento y señalización vial en la región Arequipa	14
VARIABLES	15
OBJETIVOS	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
HIPÓTESIS	18
JUSTIFICACIÓN	18
CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
ANTECEDENTES	21
MARCO TEÓRICO	23
1. Responsabilidad Social Empresarial	23
1.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial	23
1.2. Teorías que explican la Responsabilidad Social Empresarial	24
1.3. Estándares de Responsabilidad Social Empresarial	25
1.4. Reporte de Sostenibilidad	27
1.5. Responsabilidad Social Empresarial en las MYPES de Arequipa	27
2. Competitividad empresarial	28
2.1. Definición de competitividad empresarial	28
2.2. Modelos de competitividad empresarial	29
2.3. Indicadores y Mediciones de la Competitividad empresarial	31

2.4. Competitividad en las MYPES de Arequipa	32
3. Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad	32
3.1. Relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en las MYPES	
32	
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	34
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	34
POBLACIÓN	34
MUESTREO	34
MUESTRA.....	35
TÉCNICAS	38
INSTRUMENTOS	38
- Indicadores y Medición de la RSE.....	39
- Indicadores y Mediciones de la Competitividad empresarial	40
PROCEDIMIENTO	40
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	40
CONFIABILIDAD DEL TEST	42
- ALFA DE CRONBACH.....	42
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
ANÁLISIS DE RESULTADOS	43
- Responsabilidad Social Empresarial	43
- Éxito competitivo	56
ANÁLISIS.....	64
- REGRESIÓN LINEAL	64
DISCUSIÓN.....	66
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES.....	68
LIMITACIONES	69
REFERENCIAS	71
ANEXO 1	76
ANEXO 2	79
ANEXO 3	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro de variables (Operacionalización)</i>	15
Tabla 2 <i>Datos utilizados para realizar la gráfica de Regresión Lineal</i>	41
Tabla 3 <i>Estadísticas de fiabilidad RSE</i>	42
Tabla 4 <i>Estadísticas de fiabilidad Éxito Competitivo</i>	42
Tabla 5 <i>Coefficientes</i>	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Diagrama de las 5 fuerzas de Porter</i>	30
Figura 2 <i>Diamante de Porter</i>	31
Figura 3 <i>Valoración sobre contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial</i>	43
Figura 4 <i>Pago de los salarios por encima de la media del sector</i>	44
Figura 5 <i>Relación del salario de los empleados con las competencias y el rendimiento</i>	44
Figura 6 <i>Tener niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales</i>	45
Figura 7 <i>Contar con procedimientos para la gestión de queja</i>	45
Figura 8 <i>Fomentar la formación y el desarrollo profesional de los empleados</i>	46
Figura 9 <i>Tener políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal</i>	46
Figura 10 <i>Consideración de las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa</i>	47
Figura 11 <i>Participación en proyectos sociales destinados a la comunidad</i>	47
Figura 12 <i>Preocupación al proporcionar un servicio de alta calidad para los clientes</i>	48
Figura 13 <i>Cumplimiento con los estándares internacionales de calidad</i>	49
Figura 14 <i>Contar con certificaciones internacionales que confirman la calidad del servicio</i>	49
Figura 15 <i>Distinción por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida</i>	50
Figura 16 <i>La garantía del servicio tiende a ser más amplia que la de la media del mercado</i>	50
Figura 17 <i>Esfuerzo por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuo con nuestros proveedores</i>	51
Figura 18 <i>Fomentar relaciones comerciales con empresas de la región</i>	51

Figura 19 Disponer de procedimientos eficaces de gestión de quejas.....	52
Figura 20 Utilizar productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental	53
Figura 21 Participación en actividades relacionadas con la protección y mejora del entorno natural	53
Figura 22 Reducción de las emisiones de gases, residuos además de la realización de reciclaje de materiales	54
Figura 23 Contar con un sistema de gestión medioambiental conforme al Reglamento EMAS o ISO 14001	54
Figura 24 Utilización de máquinas eficientes que cuidan al medio ambiente	55
Figura 25 Uso de fuentes de energía alternativa como paneles solares u otros dependiendo de la zona en que se encuentre.....	55
Figura 26 Tener un buen liderazgo dentro de la organización.....	56
Figura 27 Servicio de calidad frente a otras empresas del sector	56
Figura 28 Contar con un nivel de conocimiento del mercado, know-how y experiencia acumulada	57
Figura 29 Tener conocimiento del entorno económico actual.....	57
Figura 30 Contar con una política ambiental en la empresa.....	58
Figura 31 Existencia de fluidez de información y de trabajo coordinado entre todas las áreas de la empresa	58
Figura 32 Tener parámetros adecuados para medir el desempeño laboral de los trabajadores..	59
Figura 33 Contar con conocimiento de la normativa y el reglamento que rigen sus práctica	¡Error! Marcador no definido.59
Figura 34 Tener conocimiento de la utilidad y rentabilidad.....	60
Figura 35 Tener una buena gestión de recursos humanos.....	60

Figura 36 <i>Contar con capacidades en el campo del marketing</i>	61
Figura 37 <i>Contar con niveles de cohesión de los valores y de la cultura corporativa</i>	61
Figura 38 <i>Contar con una buena relación con los proveedores</i>	62
Figura 39 <i>Tener la intención de expandir el negocio a nivel Nacional</i>	62
Figura 40 <i>Contar con recursos tecnológicos y sistemas de información</i>	63
Figura 41 <i>Inversión en Investigación y Desarrollo</i>	63
Figura 42 <i>Contar con buena capacidad de innovación al prestar el servicio</i>	64
Figura 43 <i>Diagrama de regresión lineal entre el Éxito competitivo y la RSE</i>	65

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito saber si la Responsabilidad Social Empresarial es un factor que ayuda a que las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa sean más competitivas en el mercado. Para el recojo de información de las variables responsabilidad social empresarial y competitividad se encuestó a 10 representantes de las diferentes MYPES que operan en la ciudad de Arequipa. Los instrumentos utilizados para el recojo de información fueron validados por juicio de expertos. La medición de la confiabilidad arrojó un Alfa de Cronbach y de 0,849 para el instrumento de RSE y de 0,847 para el instrumento de competitividad. La comprobación de la relación o dependencia que hay entre las variables se condujo usando el análisis de regresión lineal. Los hallazgos indican que la RSE y la competitividad en las MYPES tienen una influencia positiva del 54%.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Competitividad, MYPES de mantenimiento y señalización vial.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know if Corporate Social Responsibility is a factor that helps Arequipa's road maintenance and signaling MYPES become more competitive in the market. For the collection of information on corporate social responsibility and competitiveness variables, 10 representatives of the different MYPES operating in the city of Arequipa were surveyed. The instruments used for the collection of information were validated by expert judgement. Reliability measurement yielded a Cronbach Alpha and 0.849 for the CSR instrument and 0.847 for the competitiveness instrument. The relationship or dependence between the variables was tested using linear regression analysis. The results indicate that CSR and competitiveness in MYPES have a positive influence of 54%.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Competitiveness, MYPES for road maintenance and signalling.

RESUMO

A presente investigação tem por objectivo determinar se a Responsabilidade Social Empresarial é um factor que ajuda a tornar as MYPES de manutenção e sinalização rodoviária da Arequipa mais competitivas no mercado. Para a recolha de informações sobre as variáveis responsabilidade social empresarial e competitividade, entrevistou-se 10 representantes das diferentes MYPES que operam na cidade de Arequipa. Os instrumentos utilizados para a recolha de informações foram validados por peritos. A medição da confiabilidade produziu um Alfa de Cronbach e de 0,849 para o instrumento de RSE e de 0,847 para o instrumento de competitividade. A verificação de hipóteses de investigação foi conduzida usando a correlação de Pearson. A relação ou dependência entre as variáveis foi testada utilizando a análise de regressão linear. Os resultados indicam que a RSE e a competitividade nos MYPES têm uma influência positiva de 54%.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa, Competitividade, manutenção e sinalização de estradas MYPES.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge en el contexto de la globalización como una necesidad por parte de las empresas de responder a las exigencias del entorno y actualmente ha dejado de ser un aspecto de gestión netamente empresarial donde sólo interactúan las grandes empresas, ya que ahora también involucra a medianas y pequeñas empresas. Es así que la necesidad de un desarrollo sostenible obliga a las organizaciones a pensar no sólo en sus ganancias y pérdidas, sino también a revisar la conexión que tienen tanto con sus clientes como sus propios colaboradores (Murcia, 2016).

Por otro lado, en un mundo tan globalizado la competitividad para las empresas es muy importante, ya que como indica Landazuri Aguilera et al., (s. f.), se han de administrar los recursos de las empresas, para maximizar su productividad y hacer frente a las exigencias del mercado, así como las estrategias competitivas que se pueden implementar para garantizar una posición ventajosa de cualquier empresa entre las demás del mismo sector que compiten por el mismo mercado y así convertirla en ventaja competitiva.

De acuerdo a Momberg, (2006), la implementación de la gestión de la RSE se está extendiendo progresivamente en las empresas como consecuencia de las diferentes presiones que reciben del entorno social, así como de la propia conciencia empresarial. Además, también agrego que, la gestión de la misma no debe quedarse en una mera gestión a nivel operativo, sino que debe integrarse en la gestión estratégica como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas.

En la actualidad, Barbachan, (2017) señala que la RSE no es un tema desconocido para las empresas que operan en la Región ya que el impacto económico generado se refleja a través

del crecimiento económico de cada una de las grandes empresas y su participación con el incremento del PBI Nacional, por lo que la RSE es un tema que afecta directamente al desarrollo sostenible del Perú. La RSE se ha convertido en un medio que ayuda a la diferenciación entre la competencia, ya que si esta es bien aprovechada por las MYPES puede ser importante para su éxito empresarial tanto a mediano como largo plazo.

Es por eso que implementar la RSE a las MYPES traería múltiples beneficios tanto sociales, económicos y ambientales a los actuales y futuros empresarios además de presentar distintas ventajas dentro de la empresa, así como mejorar su competitividad y dándole un valor agregado tanto a los clientes como a los trabajadores de la misma empresa ya que, a pesar de tener limitaciones, las MYPES tienen un alto potencial para desarrollar nuevos e innovadores modelos de negocios, los cuales tendrían un gran impacto en la responsabilidad social. Las MYPES se adaptan rápidamente y son más flexibles a las oportunidades que ofrece el mercado, además que muchas se encuentran motivadas por razones éticas y no tanto del negocio (UCSP, 2013).

Hoy por hoy, para la mayoría de las grandes empresas, por no decir todas las empresas, realizar una gestión óptima de responsabilidad social supone una ventaja competitiva muy importante y un factor estratégico de éxito empresarial, teniendo en cuenta los objetivos económicos, sociales y ambientales para de esa manera poder enlazar los fines que persigue la empresa con los de la sociedad, (UCSP, 2013).

Análisis del sector de las MYPES de mantenimiento y señalización vial peruano

Debido a la pandemia las MYPES de la mayoría de sectores detuvieron sus actividades y de acuerdo con el reporte del INEI, el rubro de construcción registra la mayor caída entre abril y junio, pues su población ocupada disminuyó en un 67.7%, este sector pasó de tener cerca 937 600

empleados entre abril y junio del 2019 a tener solo 301 200 en el mismo periodo de este año. Por ahora las empresas de construcción registran el 2.9% del total de población ocupada, (RPP, 2020).

Por otro lado, en el rubro de servicios se registró una caída de 58.2%, con una pérdida de cerca de 863 600 puestos de trabajo. Pese a esto, el sector tiene el 31.2% de la población ocupada a nivel nacional, señaló el reporte del INEI en el diario RPP, (2020).

Desde otro punto de vista, el ministro de Transportes y Comunicaciones, señaló que el reinicio de las obras en dicho sector reactivará más de un millón de puestos de trabajos, entre directos e indirectos en todo el país (El Peruano, 2020).

Asimismo, indicó en el diario El Peruano, (2020) que por cada trabajador directo, hay trabajadores indirectos como las personas que los abastecen de alimentación, los transportan y en las fábricas que proveen los insumos. Es toda una cadena logística y normalmente es tres (trabajadores indirectos) por uno (directo), o cuatro por uno lo que se logra reactivar, entonces el beneficio sobrepasa el millón de personas solamente en nuestro sector.

El titular del MTC destacó que el aporte laboral de su sector es muy importante en estos tiempos que se necesita reactivar las economías de las familias y del país en su conjunto, las cuales han sido impactadas por la pandemia del coronavirus, covid-19 (El Peruano, 2020).

Análisis del sector de mantenimiento y señalización vial en la región Arequipa

Según el informe de IPE, Arequipa es la cuarta región más competitiva del país, después de Lima, Moquegua y Tacna (IPE, 2020).

Por otro lado, el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) informó que en la primera fase de la reactivación económica del país, se ha priorizado la reanudación de la construcción de 10 carreteras y 42 puentes a nivel nacional, (La República, 2020).

Dentro de este conjunto de obras, se encuentra dos infraestructuras para el sur del país. La primera es la carretera Moquegua – Omate y la segunda es el tramo de la carretera costanera, El Arenal – Punta de Bombón en la región Arequipa; también dentro de los 42 puentes se encuentran algunos de la región Arequipa y Cusco, informó el MTC, (La República, 2020).

VARIABLES

Tabla 1
Cuadro de variables (Operacionalización)

Tipo de Variable	Variables	Dimensiones
Variable Independiente	Responsabilidad Social Empresarial	- Dimensión social - Dimensión ambiental - Dimensión económica
Variable Dependiente	Competitividad	- Gestión empresarial - Gestión de procesos - Gestión de innovación

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar si la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la competitividad en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa.

Objetivos Específicos

OE 01: Determinar las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial implementadas desde la opinión de los gestores de las MYPES de mantenimiento y señalización vial.

OE02: Determinar las dimensiones de competitividad logradas por las MYPES de mantenimiento y señalización vial según la opinión de sus gestores

OE03: Determinar de qué manera influye la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad según la opinión de los gestores de las MYPES.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Las MYPES a pesar que son la mayoría en el país aún siguen siendo vulnerables a las dificultades que aparecen en el mercado ya que hay escasas instituciones que otorgan líneas de crédito a sus clientes y normalmente se exigen garantías o prendas hipotecarias que ponen en riesgo la operación misma de la empresa sujeta de crédito por otra parte en cuanto a la tecnología hay muy pocos sistemas pensados solamente para las MYPES y de estos la mayoría no cuentan con una buena capacidad de adaptación, lo que provoca que las MYPES no puedan desarrollar todo su potencial (El Portal de los Emprendedores, 2015).

Según indica Financiera, (2017) “hoy día, en un mundo globalizado e intercomunicado, en el que la transmisión de conocimientos se realiza de forma automática e inmediata, las posibilidades de éxito para una empresa que no está familiarizada con la tecnología e innovación, son muy reducidas”.

Una de las industrias que también se ve afectada por esta situación es la de las MYPES de mantenimiento y señalización vial, ya que uno de los principales problemas encontrados por Road Experts 2017, es el siguiente, el cual inicia con las expropiaciones que no se han concluido al comenzar las obras, información de tránsito escasa para proyectar capacidad, geometría y pavimentos, no prestar la debida atención a los estudios de geotecnia y afrontar el riesgo posterior de deslizamientos de laderas, adecuados estudios del impacto ambiental sobre el medio natural o humano, en falta de conocimiento de los diseños por parte de los vecinos de la obra que serán afectados positiva y negativamente.

Por otro lado, otro problema que también afecta es la supervisión de la obra por parte del propietario o por parte de terceras firmas o personas contratadas a estos fines. No se presta la debida atención al aseguramiento de la calidad, la regularidad, la terminación y falta dedicación de tiempo y conocimiento teórico y fundamentalmente práctico, dejándose muchas veces la dirección a pie de obra a asistentes y capataces, pero sin la debida formación profesional y ética, recalco (Road Experts, 2017).

Finalmente, otro de los problemas se da al momento de elegir a la empresa contratista ya que no todas las empresas cumplen con las mismas especificaciones técnicas y los mismos recursos, además de no contar con la misma tecnología en la maquinaria que manejan lo cual hace que no se cumpla el resultado que se requiere; por ello al momento de la evaluación de propuestas es cuando es necesario prestar atención a los antecedentes y a los resultados obtenidos, (Road Experts, 2017).

Por lo tanto, la tecnología e innovación debe de ingresar también al rubro de construcción especialmente al de mantenimiento vial tanto para reducir costos, mejorar la calidad del servicio y aumentar el rendimiento; además que eso haría que las MYPES sean más competitivas no sólo a nivel regional sino también a nivel nacional.

PREGUNTAS

Pregunta General

¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la competitividad en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa?

Preguntas Especificas

PE 01: ¿Qué dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial se implementan en las MYPES de mantenimiento y señalización vial desde la opinión de sus gestores?

PE 02: ¿Qué dimensiones de competitividad se han logrado según la opinión de los gestores de las MYPES de mantenimiento y señalización vial?

PE 03: ¿De qué manera influye la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad según la opinión de los gestores de las MYPES?

HIPÓTESIS

Hipótesis general

Existe una relación altamente significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en opinión de los gestores de las MYPES de mantenimiento y señalización vial en Arequipa.

Hipótesis específicas

H01: Las MYPES de mantenimiento y señalización vial implementan las tres dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial desde la opinión de sus gestores.

H02: Las MYPES de mantenimiento y señalización vial han logrado las tres dimensiones de competitividad según la opinión de sus gestores.

H03: La Responsabilidad Social Empresarial influye en la competitividad según la opinión de los gestores de las MYPES.

JUSTIFICACIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es un factor clave para que las empresas sean más competitivas en el mercado, además que las haría más rentables, mejoraría el clima laboral dentro de la empresa y contribuiría a la mejora de vida de muchas personas, así mismo sería mejor vista por lo sociedad lo que haría que gane mayor reconocimiento.

Por otro lado, las MYPES tienen diversos factores que las impulsan a ser cada una diferente en el mercado y posicionarse de distinta manera, ya sea que utilicen distintas estrategias

de marketing, reduzcan costos o simplemente tengan un producto innovador que los diferencie del resto, también necesitan ser competitivas y la Responsabilidad Social es un tema que está de moda en la actualidad eso quiere decir que MYPE que no la integre a su empresa se está quedando atrás debido a que los consumidores tienden a escoger empresas que realicen RSE ya que las ven más responsables y aumentan su prestigio.

Siendo así que, Murcia, 2016 indica que el futuro de las pequeñas y medianas empresas depende actualmente de la innovación, internacionalización, aplicación de nuevas tecnologías, y en parte la implementación de un modelo de responsabilidad social empresarial, desde este punto se define como el aporte que toda organización hace al mejoramiento de la sociedad, en especial de la cual hace parte, también se implementa con el ánimo de mejorar los aspectos de competitividad, y de valor agregado específicamente en los usuarios, beneficiarios, empleados y todos los actores involucrados con la empresa.

Ser una MYPE socialmente responsable implica tener un plan estratégico donde se implementen diversas estrategias que ayuden a la empresa a ser mejor poco a poco. Según el jefe de Desarrollo y Capacitación de Perú 2021, Bruno Carpio, “la RSE ofrece una posibilidad de diferenciación de la competencia a través de la mejora de la reputación y de los atributos ambientales y sociales de los productos y servicios, que bien aprovechada puede ser importante para el éxito empresarial, además también agregó, que la responsabilidad social puede mejorar la reputación de una empresa, lo que implica fortalecer la forma en que gestiona sus esfuerzos de comunicación y marketing para atraer nuevos clientes y aumentar su presencia en el mercado” (Gestión, 2016).

Es por eso que la RSE, ofrece una posibilidad de diferenciación de la competencia a través de la mejora de la reputación, y de los atributos ambientales y sociales de los productos y servicios, que bien aprovechada puede ser importante para el éxito empresarial, (Gestión, 2016).

Por último, una empresa que quiera ser reconocida como socialmente responsable debe introducir cambios en sus procesos y prácticas para mejorar sus impactos económicos, sociales y ambientales, construyendo un sistema de gestión para asegurar la permanencia de los cambios inducidos por la RSE.

En el Perú las MYPES juegan un papel muy importante en favor de la economía ya que según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), “las MYPES aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno (PBI) y el 96,6% de las empresas que existen pertenecen al sector de las MYPES; esta cantidad, de acuerdo a la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú), aumenta año tras año, además que brindan empleo al 75% de la Población Económicamente Activa (PEA)”, señaló la Cámara de Comercio de Lima (CCL) (Agencia Peruana de Noticias, 2018).

Por lo tanto, es importante el impacto que genera la aplicación de la RSE en las MYPES, además, que es básico para contribuir al crecimiento, empleo y desarrollo sostenible no sólo de Arequipa sino del Perú también.

CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

ANTECEDENTES

Existen bastantes investigaciones acerca de la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad, por un lado se tiene a Hernández & Manrique, (2017), los cuales han demostrado que la RSE no solo es para las grandes empresas que tienen recursos, ni está alejado de la competitividad empresarial, sino todo lo contrario. También se afirma que la consideración de la RSE contribuirá en gran medida a favorecer e influir el éxito competitivo de las empresas socialmente responsables como también de sus colaboradores y de las comunidades que trabajan directamente con ellas.

Por otro lado, también da a entender que es importante el impulso que se le debe dar a las dimensiones, principalmente a la social y medioambiental, porque a pesar que los resultados son positivos, aún hay pequeños porcentajes que muestran que hay empresas que no le dan mucha importancia al ámbito de la RSE. Por último, se debe considerar como un impulso de competitividad empresarial y desarrollo ya que, actualmente la RSE puede ser el mejor camino para un crecimiento sostenible, (Hernández & Manrique, 2017).

Otro autor que habla sobre la Responsabilidad Social Empresarial es Fernández Llamo et al., (2015), el cual indica en su investigación que las MYPES socialmente responsables desarrollan campañas de sistemas de reducción del consumo energético y cuidado con el medioambiente con la reutilización de sus residuos y reciclaje; permitiendo el ahorro de grandes sumas de dinero, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos.

Además también indica que todo lo mencionado anteriormente contribuyendo a la disminución de los costos, el aumento de la productividad, calidad en sus productos o servicios y el logro de las metas de la organización, integrando la prevención de riesgos laborales en todos

los departamentos de la empresa contribuyendo a que el trabajador este mejor motivado, tenga mejores condiciones laborales saludables y seguras, asimismo, permite optimizar los tiempos, incrementar la productividad y mejorar la calidad del servicio de la empresa, satisfaciendo a los grupos de interés involucrados (Fernández Llamo et al., 2015).

De igual forma según Murcia, (2016) en su investigación indica que la Responsabilidad Social Empresarial, es una respuesta a las diferentes necesidades de la población, además que surge por los procesos de globalización establecidos a nivel mundial, pero el problema en América Latina radica en que la gran mayoría de las empresas son Pymes, también es importante recalcar que las principales barreras son que las empresas nunca se lo han planteado, que no son actividades que tengan relación con la empresa, falta de recursos financieros, falta apoyo gubernamental, no tienen tiempo ni recursos humanos para llevar a cabo políticas de impacto social.

Por último señala que, las razones por las cuales las empresas deciden implementar programas de Responsabilidad Social Empresarial, obedecen principalmente a razones éticas y religiosas; así como también el mejorar las relaciones con la comunidad, otras tienen que ver con los stakeholders de la empresa, como la relación con los socios y los inversionistas, y mejorar la satisfacción de los trabajadores; y otras en relación a aspectos de competitividad como mejorar los resultados económicos, y otra muy interesante es la de aplicar el código de conducta propia de la Responsabilidad Social, (Murcia, 2016).

Como resultado del artículo de Barbachan, (2017), se sabe que la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú aún está en desarrollo y todavía hace falta que las organizaciones plasmen de manera asertiva sus programas y de esa manera se logren mejores resultados.

Asimismo, también da a entender que las empresas deben seguir innovando utilizando distintas herramientas, captando al mejor talento humano, buscando alianzas estratégicas con

otras organizaciones del sector público y privado logrando mayores sinergias para lograr mejores resultados. Y por último no se debe dejar de lado la participación del Estado ya que este cumple un rol importante para incentivar a las organizaciones a realizar buenas prácticas de responsabilidad social, no solo desde el cumplimiento de leyes o aplicación de sanciones, sino desde la muestra transparente, (Barbachan, 2017).

Por último según el artículo de Mellado, (2009), tenemos que la Responsabilidad Social Empresarial se transforma en un elemento indispensable dentro de gestión empresarial, así como en la relación de la organización con su entorno. Muchas grandes empresas han incorporado esta herramienta estratégica en sus prácticas, mientras que las Pymes comienzan a darse cuenta de la oportunidad que la RSE significa para ellas. Sin embargo, la profesionalización de la gestión corporativa y de las comunicaciones es un aspecto fundamental que la Pyme latinoamericana aún no ha sido explorado.

MARCO TEÓRICO

1. Responsabilidad Social Empresarial

1.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial

Según La Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social define la RSE como: “un conjunto de compromisos de diversa orden, económica, social y ambiental adoptados por las empresas, las organizaciones e instituciones públicas y privadas y que constituyen un valor añadido al cumplimiento de sus obligaciones leales, contribuyendo a la vez al progreso social y económico en el marco de un desarrollo sostenible.” (RSE, 2017).

Por otro lado, La Comisión Europea (2001) , en su Libro Verde definió la RSE como: “un concepto a través del cual la empresa integra de forma voluntaria las

dimensiones social y ambiental en sus operaciones de negocio y en sus relaciones con los grupos de interés.”

Entonces podemos decir que la RSE es la integración voluntaria por parte de una empresa responsable de un estilo de gestión empresarial diferente, que persigue conciliar el crecimiento y la competitividad, apostando por el desarrollo sostenible.

1.2. Teorías que explican la Responsabilidad Social Empresarial

Considerando la clasificación de Cansino & Morales (2008), en su artículo de investigación con el nombre de “Responsabilidad Social Empresarial” referente a las distintas teorías de la Responsabilidad Social Empresarial, pueden clasificarse en cuatro grandes grupos:

1.2.1. Teorías instrumentales

Esta teoría se fundamenta principalmente en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial siempre que esta actividad genere ganancias a los integrantes de una determinada empresa. En consecuencia, podemos decir que la empresa se crea para obtener ganancias monetarias y los socios, trabajadores, etc. son los que se comprometen de manera personal y autónoma a cumplir con responsabilidad social, (Cansino & Morales, 2008).

1.2.2. Teorías integradoras

Hace referencia a un grupo de aspectos y obligaciones ya sea de carácter económico, legal, ético y filantrópico que deben seguir las empresas al momento de su creación, con el fin de obtener una licencia de operaciones que le asegure la aprobación ya sea por los organismos legales correspondientes o por la misma

sociedad de manera pragmática que le permita cumplir favorablemente con los objetivos propuestos, (Cansino & Morales, 2008).

1.2.3. Teorías de carácter Político

Esta teoría se apoya en las ventajas y compromisos que consiguen las empresas, al ir obteniendo poder social, esto quiere decir que, la empresa creará una especie de ‘contrato social’ para de esa manera mantener la armonía entre la entidad y dicha sociedad, siendo responsables y permitiendo el desarrollo de sus objetivos pero que a su vez respete los derechos de los grupos involucrados, (Cansino & Morales, 2008).

1.2.4. Teoría de la Ética y la Moral en los negocios

Esta teoría es una de las más reciente, y resalta sobre las demás por establecer como principios fundamentales la ética y la moral en el proceder de las empresas, siendo así las protagonistas de un determinado espacio al desarrollar sus actividades tomando en consideración los diversos grupos de interés, (Cansino & Morales, 2008).

1.3. Estándares de Responsabilidad Social Empresarial

En los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial se ha estado convirtiendo en uno de los ámbitos de gestión más importantes, es por eso que existen una serie de estándares a los cuales las empresas pueden acceder para establecer la Responsabilidad Social Empresarial.

1.3.1. Global Reporting Initiative (GRI)

“Es una herramienta de información que tiene un mayor reconocimiento nivel internacional, este proporciona informes sobre sustentabilidad que se puedan

comparar entre las empresas mediante un enfoque económico, ambiental y social”. Además, que el GRI favorece la comunicación e integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y pretende elevar la calidad del informe sobre sostenibilidad, (GRI, 1997).

1.3.2. ISO 26000

El ISO 26000 tiene como objetivo principal, “guiar a las organizaciones sobre cómo implementar la Responsabilidad Social Empresarial”. Este ISO es una guía que señala puntos importantes en relación a la Responsabilidad Social, el resultado se da por un consenso entre expertos internacionales representantes de los principales grupos de interés, además que este documento está diseñado para animar y fomentar la implantación de las mejores prácticas de Responsabilidad Social a nivel internacional, (ISO, 2010).

1.3.3. Norma SA 8000

La norma SA 8000 surgió con la misión de “mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial”. Se elaboró por un grupo de expertos reunidos por la Agencia de Acreditación del Consejo sobre Prioridades Económicas (CEPAA), esta norma, a su vez, se basa en otras normas de derechos humanos internacionales ya existentes, entre otros, por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU y en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (SGS, 1989).

1.3.4. AA 1000

Esta norma fue una de las primeras iniciativas que cubre los aspectos relacionados con el informe público de resultados y sostenibilidad de una organización. Su objetivo es integrar la gestión, auditoría y comunicación en los aspectos relativos a la responsabilidad social de las empresas, a través de un enfoque de sostenibilidad y compromiso con los grupos de interés. Se puede decir que la norma AA1000 es un modelo de mejora continua que propone aumentar la calidad de la información mediante el compromiso con los stakeholders, (AccountAbility, 2008).

1.4. Reporte de Sostenibilidad

Este es un documento donde se informa el desempeño de las empresas en tres aspectos principales (ambiental, social y financiero), de forma clara, concisa y objetiva, en un periodo de tiempo específico. Cada elemento que contiene el documento se debe verificar y comparar con el proceso de evolución de la empresa y su competencia, por lo que si lo miramos de otra forma, “es una herramienta estratégica que ayuda a las diferentes empresas a medir su desempeño y facilita el proceso de mejora continua”, (Expok, 2013).

1.5. Responsabilidad Social Empresarial en las MYPES de Arequipa

En Arequipa según indica Valdivia (2017) “realmente se ha demostrado que la RSE ha evolucionado en las empresas y se ha convertido en una herramienta de gestión imprescindible para el desarrollo sostenible de la sociedad, la empresa y el medio ambiente”. Las empresas tienen diferentes estímulos para que desarrollen programas de Responsabilidad Social Empresarial, aunque los principales y más conocidos son mejorar

la reputación e imagen de la empresa, mantener a sus colaboradores y aumentar el volumen tanto de ventas como de producción en la organización.

La RSE no es un tema desconocido en la actualidad para las empresas que operan en la Región ya que miran el impacto económico genera esta, además que esto también se refleja a través del crecimiento económico de las diferentes empresas y su participación con el incremento del PBI Nacional, por ese motivo la RSE es un tema que afecta de directamente al desarrollo sostenible del Perú. La RSE se ha convertido en una manera de diferenciarse de la competencia, que si esta se aprovecha de buena manera por las MYPES puede ser importante para su éxito empresarial a mediano y largo plazo, (Vara Estrella, 2012).

2. Competitividad empresarial

2.1. Definición de competitividad empresarial

La competitividad tiene diferentes conceptos dados por distintos autores algunos de estos son los siguientes: según La Real Academia de la Lengua Española, la competitividad se define como: “la capacidad de competir” o “rivalidad para la consecución de un fin” (*AEC - Competitividad*, s. f.).

Por otra parte, Labarca, (2007), sugiere que el concepto de competitividad “es un fenómeno complejo en el que intervienen diversos factores de distinta naturaleza, los cuales se pueden agrupar en tres categorías: competencia entre países por la producción de bienes y servicios en general, competencia entre las empresas y competencia entre países de un mismo sector industrial”.

Por otro lado, según Fernández Sánchez et al., (1997), dice que la competitividad “hace referencia a la posición competitiva de una empresa con respecto a las demás,

donde se pone de manifiesto su capacidad para poder producir ya sean bienes o servicios en unas condiciones de precio, prestaciones igualitarias o superiores a las de sus rivales, que permitan mantener la cuota de mercado y, a la vez, ser viables desde el punto de vista financiero y económico”.

2.2. Modelos de competitividad empresarial

2.2.1. Las 5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter son principalmente una definición muy utilizada en los negocios ya que a través de esta se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa, ya que se tiene una visión global tanto de las ventajas como también de las limitaciones (Riquelme Leiva, 2015).

Según Porter y como lo indica Riquelme Leiva, (2015), si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que la empresas desarrollen una estrategia que no solo sea un mecanismo de defensa frente a otras empresas, sino que además también brinde el acceso a un puesto importante dentro de una empresa.

El objetivo al aplicar las 5 fuerzas de Porter es calcular la rentabilidad de una empresa con el fin de ver el valor actual de la empresa y la proyección a futuro, además que una organización puede desarrollar una estrategia genérica competitiva de diferenciación o liderazgo en costos (Riquelme Leiva, 2015).

Las 5 fuerzas de Porter son utilizadas en todo el mundo como una de las herramientas de marketing más importante y están pensadas para dar un apoyo a

los negocios y las empresas de cualquier rubro que quieran conseguir sacar el máximo rendimiento a su empresa en un buen tiempo (Riquelme Leiva, 2015).

Figura 1

Diagrama de las 5 fuerzas de Porter



Nota: Obtenido www.5fuerzasdeporter.com/, Riquelme Leiva, (2015)(Riquelme Leiva, 2015)

2.2.2. Diamante de Porter

El diamante de Porter indica según Pérez, (2017) que existen razones concretas para que cada país, región, localidad, sector de la economía o empresa sean más competitivos que otros. Esto quiere decir que analiza los factores que generan ventajas competitivas que permiten que, por ejemplo, una empresa se posicione como la primera en su rubro.

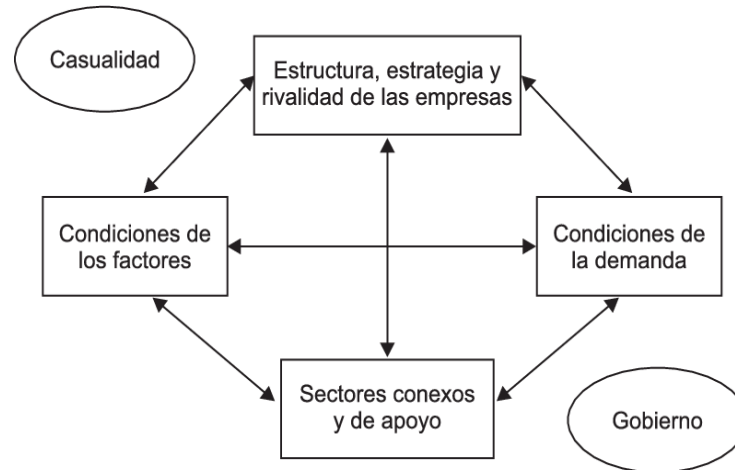
No obstante, lo que realmente fue la innovación en el diamante fue la relación que se daba entre los factores ya que estos son muy conocidos y por si solos no sugieren ningún aporte (Pérez, 2017).

Básicamente Porter busca con esta propuesta que no solo los países sino también las empresas puedan ser capaces de identificar las causas de su alta competitividad; en el caso contrario, la idea es analizar las razones de por qué no

tienen ventajas competitivas y qué soluciones pueden aplicar al respecto, (Pérez, 2017).

Figura 2

Diamante de Porter



Nota: Obtenido Porter, (1991)

2.3. Indicadores y Mediciones de la Competitividad empresarial

Sobre el tema de competitividad empresarial hay varios autores como: Rubio y Aragón (2006), De la Cruz, Morales y Carrasco (2006), OCDE (1992), Martínez, et al. (2009), entre otros; los cuales han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas por lo que usan diversos indicadores para medir la competitividad de las empresas (Saavedra García et al., 2013).

Algunos de estos indicadores son: la calidad del producto o servicio, tecnología, innovación, mercadotecnia, investigación y desarrollo, logística, compras, recursos financieros, organización interna, interacción proveedor – cliente, capacidades directivas, entre otros (Saavedra García et al., 2013).

2.4. Competitividad en las MYPES de Arequipa

La competitividad es un factor muy importante para las empresas, según el informe que publica anualmente el IPE, Arequipa en el presente año se encuentra en el cuarto lugar bajando dos lugares con respecto al año 2019, esto se debe principalmente al desempeño de las autoridades locales ya que la percepción de la gestión pública ha caído significativamente por la baja popularidad de su gobernador regional Elmer Cáceres Llica (El Comercio, 2020).

Por otro lado, según señala Economía Verde, (2020), las MYPES fueron las que se vieron más afectadas debido al covid-19 ya que el estado de emergencia y el aislamiento obligatorio hicieron que la demanda de sus productos caiga notoriamente, además que las medidas de restricción impidieron contar con la mano de obra necesaria para trabajar con normalidad, lo cual ocasionó un grave inconveniente considerando que muchas de ellas están vinculadas con los sectores manufacturero y de servicios.

“Se espera que una vez superada la pandemia, las MYPES retomen su dinamismo y el lugar preponderante que ocupan en nuestro desarrollo económico”, indico también Economía Verde, (2020).

3. Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad

3.1. Relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en las MYPES

Bruno Carpio, Jefe de Desarrollo y Capacitación de Perú 2021, indica que desarrollar acciones de responsabilidad social brindará a las pymes una ventaja competitiva para el crecimiento de los negocios empresariales, (Gestión, 2016).

Según indica el artículo publicado en el diario Gestión, (2016), las empresas deben incrementar el valor de los bienes y servicios que ofrecen en una economía abierta y hacer más eficiente el uso del capital y la tecnología que poseen. Además, que la responsabilidad social también puede mejorar la reputación de una empresa, lo que implica fortalecer la forma en que gestiona sus esfuerzos de comunicación y marketing para atraer nuevos clientes y aumentar su presencia en el mercado. También indicó que, la RSE ofrece una posibilidad de diferenciación haciendo más competitiva a la empresa, mejorando su reputación además de los atributos ambientales y sociales de los productos y servicios, que bien aprovechada puede ser importante para el éxito empresarial, (Gestión, 2016).

Por otro lado, algo que es muy cierto en estos tiempos es que las empresas que quieran ser reconocidas como socialmente responsables deben incorporar cambios en sus procesos y prácticas para mejorar sus impactos económicos sociales y ambientales, (Gestión, 2016).

CAPÍTULO III: MÉTODO

TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es científica básica ya que es un estudio que se encarga de la descripción de las variables a estudiar; se basa en un enfoque mixto lo que implica la recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio.

El alcance de la siguiente investigación es correlacional porque se quiere medir la relación que se da entre dos variables. Se aplicará un diseño no experimental transversal debido a que la investigación no tiene intención de manipular las variables de forma deliberada y tiene como fin la recolección de datos en un solo momento, asimismo, también se quiere describir las variables y analizar su incidencia en un momento dado.

POBLACIÓN

La población está constituida por las MYPES del sector construcción - transporte que se encuentran ubicadas en la ciudad de Arequipa, específicamente se requieren MYPES que se encarguen del mantenimiento vial, señalización vial y conservación vial.

Actualmente en Arequipa según el INEI, (2015) en su encuesta a empresas y establecimientos existen un aproximado de 102 MYPES que cumplen con estas características.

MUESTREO

Se realizará un muestreo por conveniencia, está es una técnica del muestro no probabilístico la cual nos permite recolectar datos de acuerdo a la facilidad de acceso y a la disponibilidad de personas que forman parte de la muestra.

MUESTRA

La muestra está constituida por 10 MYPES de mantenimiento y señalización vial, las cuales son las siguientes:

- **MYPE “A”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde abril del 2010, consta de 8 a 15 trabajadores dependiendo de la obra, principalmente se encarga de la implementación y mantenimiento de los sistemas de semaforización en obras de infraestructura vial teniendo en cuenta que utilizan energía renovable; han realizado trabajos en Arequipa, Abancay, Tacna, Juliaca y zonas aledañas a esta; por otro lado, trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “B”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde julio del 2010, consta de 12 trabajadores aproximadamente, principalmente se encarga de la elaboración y colocación de señales verticales además de también brindar capacitaciones y realizar una gestión preventiva y de marketing 360°; han realizado trabajos en Arequipa y Lima; por otro lado, trabajan principalmente con empresas privadas.

- **MYPE “C”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde marzo del 2014, dependiendo de la obra que les sea concesionada consta de 12 a 40 trabajadores por obra, principalmente se encarga de la elaboración y colocación de las señales tanto verticales como horizontales, han realizado trabajos en Arequipa, Moquegua y zonas aledañas a esta, además que trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “D”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde setiembre del 2017, consta de 18 a 25 trabajadores dependiendo de la obra, se encarga principalmente del mantenimiento vial rutinario, limpieza, pintado además del mantenimiento periódico y la reposición de señales, por otro lado, la empresa quiere realizar el conservamiento vial para que estas tengan mayor duración; realizan trabajos principalmente en Arequipa y trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “E”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde marzo del 2017, consta de 10 a 18 trabajadores dependiendo de la obra, su actividad principal es la colocación de las señales tanto verticales como horizontales, principalmente desarrolla sus actividades en Arequipa, pero regularmente también tiene obras en Lima y zonas aledañas, trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “F”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde febrero del 1995, consta de 8 trabajadores permanentes y de 10 a 23 trabajadores eventuales dependiendo de la obra, su actividad principal es la colocación de las señales tanto verticales como horizontales además de realizar obras de infraestructura vial, principalmente desarrolla sus actividades en Arequipa, Lima, Moquegua, Ilo, Camaná y zonas aledañas a esas ciudades; trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “G”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde julio del 2000, dependiendo de la obra que les sea concesionada consta de 20 a 40 trabajadores por obra, principalmente se encarga de la elaboración, instalación y mantenimiento de señales tanto verticales

como horizontales, también realizan la demarcación de vías y carreteras urbanas han realizado trabajos en Arequipa, Lima y zonas aledañas a esta, además que trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “H”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde diciembre del 2017, dependiendo de la obra que les sea concesionada consta de 8 a 15 trabajadores por obra, principalmente se encarga de la gestión, implementación y mantenimiento de proyectos de semaforización y señalización vial, han realizado trabajos en Arequipa, Lima y zonas aledañas a esta, además que trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

- **MYPE “I”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde diciembre del 2007, dependiendo de la obra que les sea concesionada consta de 33 a 50 trabajadores por obra, principalmente se encarga de la construcción y conservación de las diferentes vías, han realizado trabajos en Arequipa, Lima, Moquegua, Puno y zonas aledañas a esta, además que trabajan principalmente con el Estado.

- **MYPE “J”**

Esta empresa lleva operando en el mercado desde agosto del 2008, consta de 7 trabajadores permanentes y de 11 a 25 trabajadores eventuales por obra, principalmente se encarga de la implementación de proyectos de semaforización y de realizar la implementación de las señales verticales, han realizado trabajos en Arequipa, Moquegua y zonas aledañas a esta, además que trabajan tanto con el Estado como con empresas privadas.

TÉCNICAS

La herramienta que se aplicará para la recolección de datos cuantitativos es un cuestionario por su amplia utilidad en la investigación social por excelencia, debido a su utilidad versatilidad, sencillez y objetividad de los datos, conformada por 40 ítems. Los ítems utilizan una escala de Likert de 4 categorías donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo.

Los cuestionarios serán aplicados a personas vinculadas a las empresas ya sea por correo electrónico o vía telefónica.

INSTRUMENTOS

Para la medición de la variable RSE se diseñó un cuestionario de 23 ítems organizados en tres dimensiones: social, económica y medioambiental. Para la elaboración de dicho cuestionario se utilizó como base el cuestionario realizado por Hernández & Manrique, (2017).

Para la medición de la variable competitividad se diseñó un instrumento de 7 ítems organizados en tres dimensiones: gestión empresarial, gestión de procesos y gestión de innovación.

El proceso de validación de ambos instrumentos siguió el método de juicio de expertos. Se consultó a dos autoridades académicas, profesores principales, grado de doctor y con amplio conocimiento sobre las variables de interés. Estos expertos hicieron una serie de contribuciones a la primera versión de los instrumentos y solicitaron ampliar los ítems del instrumento de competitividad. En consecuencia, el instrumento de RSE fue definido con 23 ítems y el instrumento de competitividad fue ampliado a 17 ítems.

La fiabilidad de los instrumentos fue comprobada mediante el método de confiabilidad interna aplicando el Alfa de Cronbach (α) luego de su aplicación entre los representantes de las

empresas estudiadas. El instrumento de RSE arrojó un valor de Alfa de Cronbach de 0.849 y el instrumento de competitividad mostró un Alfa de Cronbach de 0.847.

El detalle de los indicadores incluidos en cada una de las variables de interés es presentado a continuación.

- **Indicadores y Medición de la RSE**

Según Gonzáles Ramos et al., (2014), la forma en que lleva a cabo la medición de las acciones de responsabilidad social empresarial en los meta-análisis identificados en la literatura, han sido en su mayoría a través de principios de sustentabilidad basados en indicadores de organismos internacionales dedicados a promover estas prácticas, indicadores bursátiles especializados en sustentabilidad, informes sociales por parte de las empresas u organismos involucrados en el reconocimiento de estas, rankings de reputación, publicaciones en revistas o boletines en los que se reconoce la labor de estas empresas, entre otros. Cuando los indicadores disponibles no resultan útiles debido a que el ámbito de la investigación es específico de alguna región o sector para el que no existen instrumentos válidos para el levantamiento de datos o bien las medidas existentes no satisfacen las necesidades de investigación algunos autores deciden elaborar medidas propias a partir de literatura teórica y empírica en RSE.

Sobre el tema de la Responsabilidad Social Empresarial hay varios autores como: Bansal (2005), Jackson y Apostolakou (2010), Chow y Chen (2011), Vázquez y Hernández (2013) y Ramos et ál. (2014), se han adentrado en el campo de la medición con el fin de diseñar sus propios instrumentos de medida que permitan cuantificar y evaluar las acciones socialmente responsables en las empresas a través de las dimensiones económica, social y medioambiental (Gonzáles Ramos et al., 2014).

- **Indicadores y Mediciones de la Competitividad empresarial**

Sobre el tema de competitividad empresarial hay varios autores como: Rubio y Aragón (2006), De la Cruz, Morales y Carrasco (2006), OCDE (1992), Martínez, et al. (2009), entre otros; los cuales han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas por lo que usan diversos indicadores para por medir la competitividad de las empresas (Saavedra García et al., 2013).

Algunos de estos indicadores son: la calidad del producto o servicio, tecnología, innovación, mercadotecnia, investigación y desarrollo, logística, compras, recursos financieros, organización interna, interacción proveedor – cliente, capacidades directivas, entre otros (Saavedra García et al., 2013).

PROCEDIMIENTO

Para la recolección de datos cuantitativos se aplicará los cuestionarios a los representantes de las diferentes empresas de mantenimiento y señalización vial del departamento de Arequipa. Se envió un email a los representantes de las 10 empresas que participaron en el estudio para confirmar si participación en el estudio. Luego de recibir el email de respuesta se envió un link de google forms en el cual estaba el cuestionario a responder. Los cuestionarios se realizaron principalmente a los administradores o gerentes de las empresas, dependiendo de la disponibilidad que tenían.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el procesamiento estadístico de la información se utilizará el programa SPSS Versión 22 y Microsoft Excel para realizar los gráficos respectivos de cada ítem lo que permitirá analizar la información de mejor manera.

Primero se ordenó y clasificó la información obtenida para después realizar el registro manual para procesar la información. Luego se analizará la relación o dependencia que hay entre las variables estudiadas utilizando un análisis de regresión lineal.

Para poder realizar el análisis de Regresión Lineal se realizó una suma de las tres dimensiones de Responsabilidad Social (23 ítems), de igual forma se realizó la suma de las dimensiones de competitividad (17 ítems) y con la suma de ambas variables se realizó la gráfica (Figura 43).

Tabla 2

Tabla de datos utilizados para realizar la gráfica de Regresión Lineal

Empresa	Instrumento de RSE (x)	Instrumento de Competitividad (y)
MYPE A	74	63
MYPE B	81	67
MYPE C	59	51
MYPE D	78	61
MYPE E	68	62
MYPE F	66	62
MYPE G	71	62
MYPE H	70	58
MYPE I	75	63
MYPE J	69	59

CONFIABILIDAD DEL TEST

- ALFA DE CRONBACH

El Alfa de Cronbach es uno de los métodos que se empleó en la investigación, este método según Gliem & Gliem, (2003), permite estimar la fiabilidad del instrumento de medida a través de ítems (medidos por la escala de Likert) que se espera que midan el mismo constructo.

El coeficiente del Alfa de Cronbach debe ser mayor a 0.7 para que este tenga una confiabilidad aceptable, también es importante mencionar que el análisis se realizó en el software SPSS 22.

Como indica el análisis del Alfa de Cronbach de la Responsabilidad Social Empresarial (Tabla 4) y Éxito Competitivo (Tabla 5), los resultados muestran coeficientes mayores a 0,8 esto quiere decir que los indicadores son confiables.

Tabla 3

<i>Estadísticas de fiabilidad RSE</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	23

Nota. Fuente: Encuestas aplicadas y SPSS 22

Tabla 4

<i>Estadísticas de fiabilidad Éxito Competitivo</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	17

Nota. Fuente: Encuestas aplicadas y SPSS 22

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE RESULTADOS

- **Responsabilidad Social Empresarial**

Con referencia a la Responsabilidad Social Empresarial se tienen 23 ítems, las cuales se dividen en las 3 dimensiones pertenecientes a las RSE, las cuales se tienen a continuación:

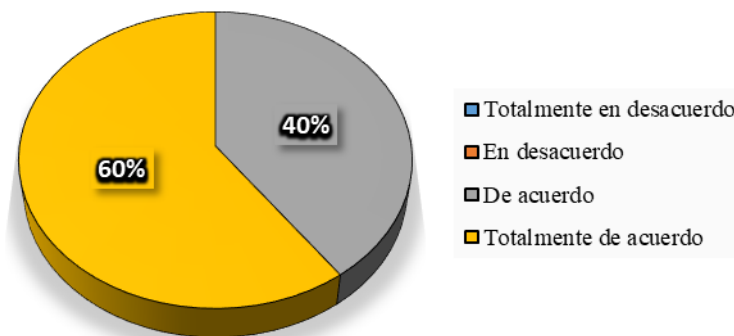
- **Dimensión Social**

Con respecto a la dimensión social se tienen 9 ítems, los cuales son los siguientes:

En el ítem 1 se quiere saber si las empresas encuestadas valoran la contribución de las personas discapacitadas al mundo laboral, se observa que el 60% se encuentra totalmente de acuerdo mientras que un 40% solamente se encuentra de acuerdo con la contribución de dichas personas. Se obtuvieron solo respuestas positivas.

Figura 3

Valoramos la contribución de las personas discapacitadas al mundo laboral

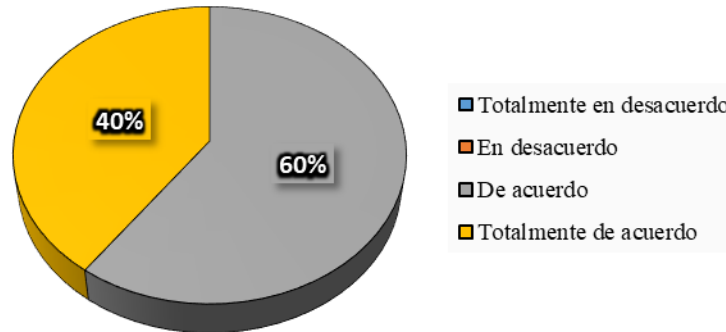


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 2 se puede decir que el 40% paga por encima de la media del sector mientras que el 60% está de acuerdo con el pago de salarios por encima de la media del sector, ambas respuestas fueron totalmente positivas.

Figura 4

Pagamos salarios por encima de la media del sector

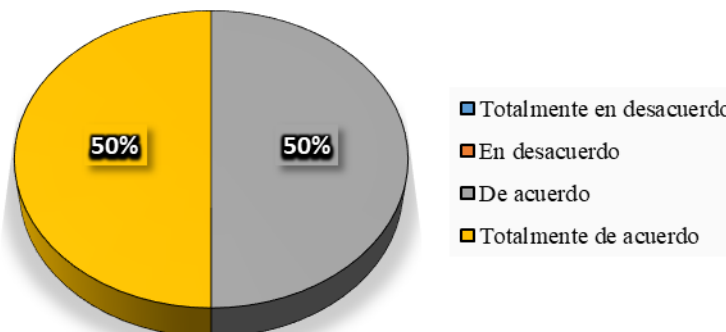


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 3 podemos decir que la mitad de las empresas encuestadas está totalmente de acuerdo con la asignación de salarios con respecto a las competencias y rendimiento y la otra mitad solo se encuentra de acuerdo, solo se obtuvieron respuestas positivas.

Figura 5

El salario de los empleados está relacionado con las competencias y el rendimiento

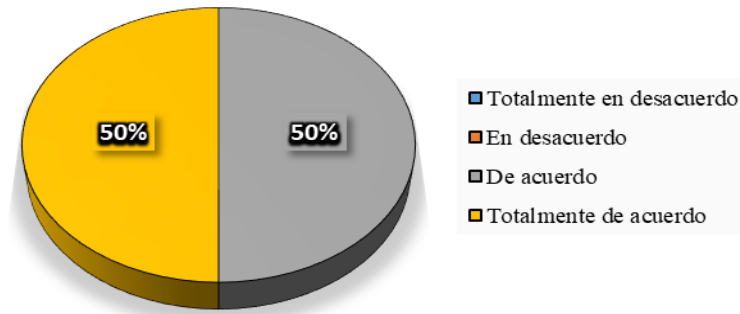


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 4 el 50% de las empresas está totalmente de acuerdo con tener niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales y el otro 50% solo se encuentra de acuerdo, ambas respuestas son positivas.

Figura 6

Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales

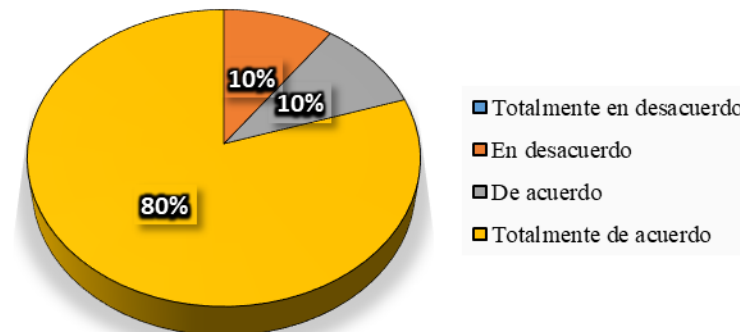


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 5 se quiere saber si las empresas cuentan con procedimientos para la gestión de quejas. Se determinó que el 80% está totalmente de acuerdo, de igual forma un 10% se encuentra de acuerdo mientras que solo un 10% está en desacuerdo.

Figura 7

Contamos con procedimientos para la gestión de quejas

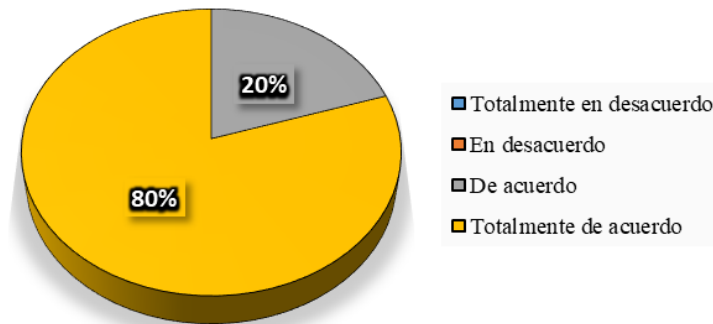


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 6 se analizó que el 80% de las empresas encuestadas está totalmente de acuerdo con fomentar la formación y desarrollo profesional de sus empleados mientras que un 20% solo se encuentra de acuerdo, solo se obtuvieron dos clases de respuestas para esta pregunta siendo estas positivas.

Figura 8

Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados

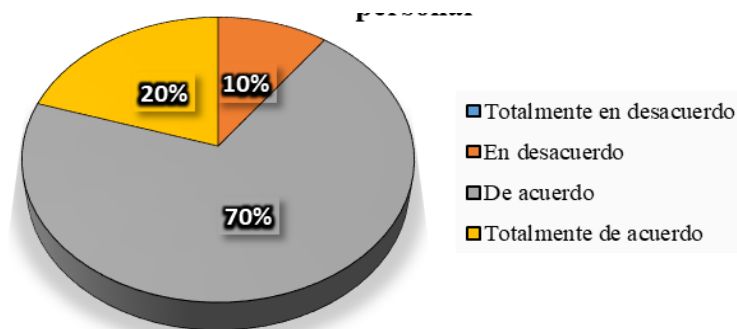


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 7 se analizó que el 70% de las empresas encuestadas está de acuerdo, el 20% se encuentra totalmente de acuerdo y un 10% que se encuentra en desacuerdo con tener políticas de flexibilidad laboral que permitan conciliar la vida laboral con la vida privada.

Figura 9

Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal

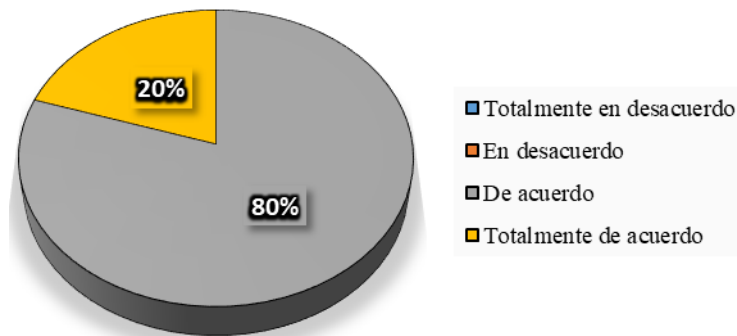


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 8 se quiere conocer si las empresas consideran las opiniones o propuestas de los empleados en las decisiones de gestión. En este caso se determina que el 80% está de acuerdo, de igual manera 10% se encuentra totalmente de acuerdo, ambas siendo respuestas positivas.

Figura 10

Consideramos las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa

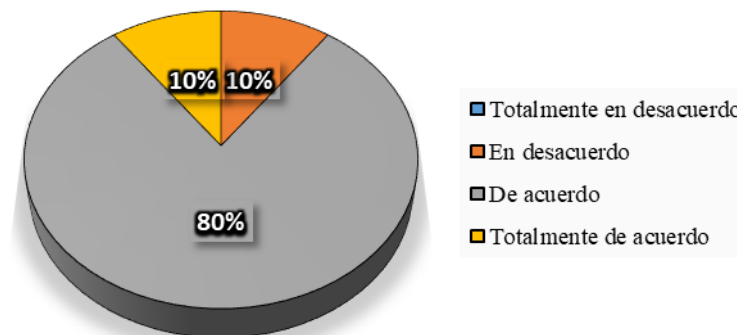


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 9 se quiere conocer si las empresas participan en proyectos sociales destinados a la comunidad. En este caso se determina que el 80% está totalmente de acuerdo, de igual manera 10% se encuentra de acuerdo, además de un 10% que no se encuentra de acuerdo.

Figura 11

Participamos en proyectos sociales destinado a la comunidad



Fuente: Encuestas aplicadas

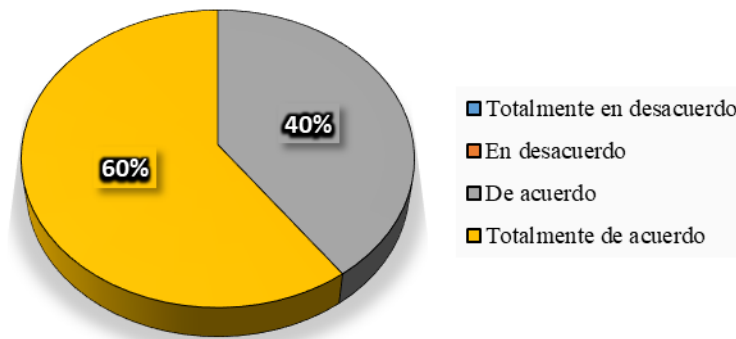
- **Dimensión económica**

Con respecto a la dimensión económica se tienen 8 ítems, los cuales son las siguientes:

En el ítem 10 se analizó que el 60% de las empresas está totalmente de acuerdo con proporcionar un servicio de alta calidad para sus clientes mientras que un 40% solo se encuentra de acuerdo, ambas respuestas son positivas.

Figura 12

Nos preocupamos por proporcionar un servicio de alta calidad para nuestros clientes

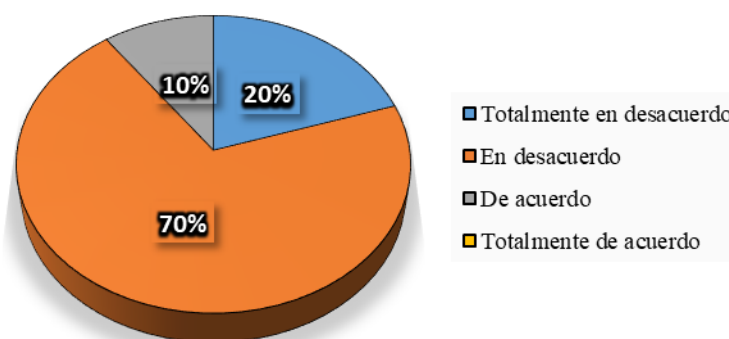


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 11 se quiere conocer si el servicio que brindan las empresas cumplen con los estándares internacionales de calidad, en este caso se obtuvo que el 70% se encuentra en desacuerdo, de igual manera un 20% está totalmente en desacuerdo mientras que solo el 10% está de acuerdo.

Figura 13

Nuestros servicios cumplen con los estándares internacionales de calidad

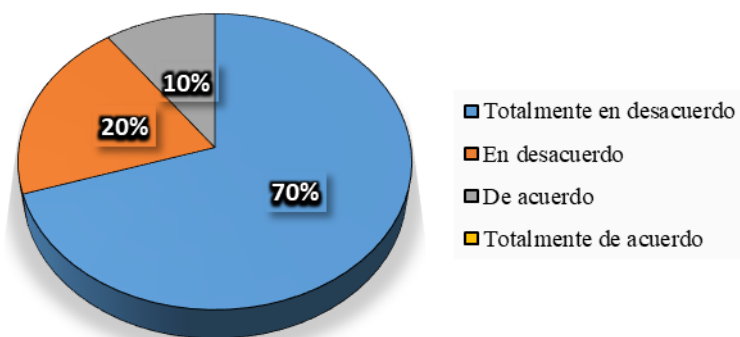


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 12 se quiere saber si las empresas cuentan con certificaciones a nivel internacional que confirmen la calidad del servicio, en este caso el 70% se encuentra en total desacuerdo, de igual manera un 20% están en desacuerdo y solo un 10% se encuentra de acuerdo.

Figura 14

Contamos con certificaciones internacionales que confirman la calidad del servicio

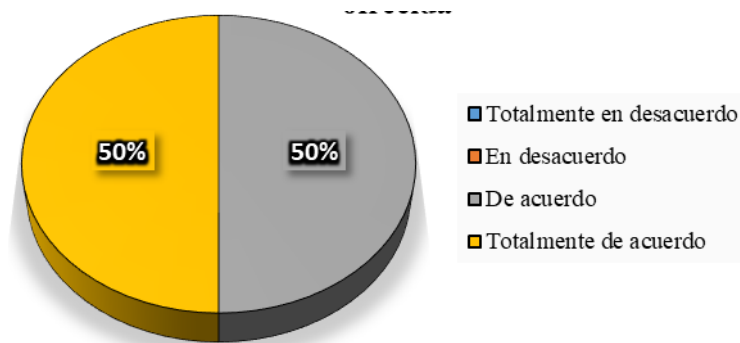


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 13 se quiere conocer si las empresas distinguen por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida, se determinó que el 50% se encuentra totalmente de acuerdo y un 50% está de acuerdo, siendo ambas respuestas positivas.

Figura 15

Nos distinguimos por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida

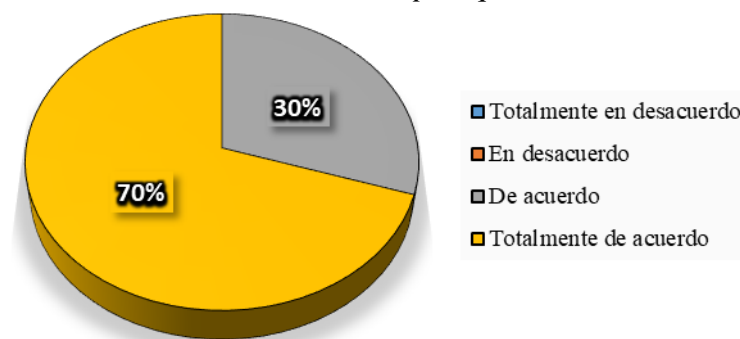


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 14 se analizó las garantías que brindan por el servicio y si estas son más amplias que la de la media del mercado, estando totalmente de acuerdo el 70% de las empresas y el 30% solo se encuentran de acuerdo, se obtuvieron solo respuestas positivas.

Figura 16

La garantía de nuestro servicio es más amplia que la de la media del mercado

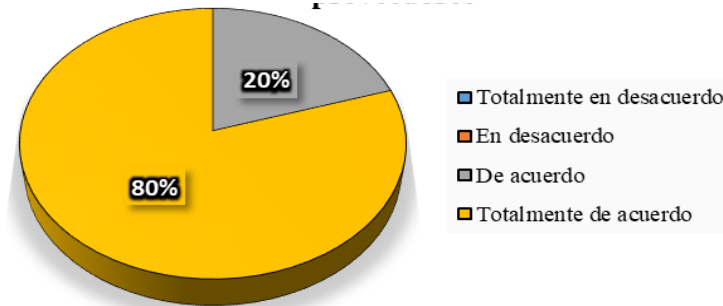


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 15 se analizó que el 80% de las empresas está totalmente de acuerdo y el 20% está de acuerdo con el esfuerzo por potenciar las relaciones estables con sus proveedores, solo se obtuvieron respuestas positivas.

Figura 17

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

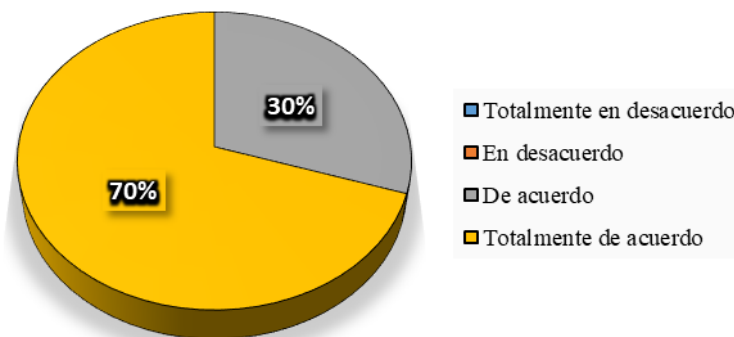


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 16 se quiere saber si las empresas encuestadas fomentan las relaciones comerciales con empresas de la región, el resultado fue que el 70% está totalmente de acuerdo y el 30% está de acuerdo con expandir el negocio a nivel nacional, solo se obtuvieron respuestas positivas para esta pregunta.

Figura 18

Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región

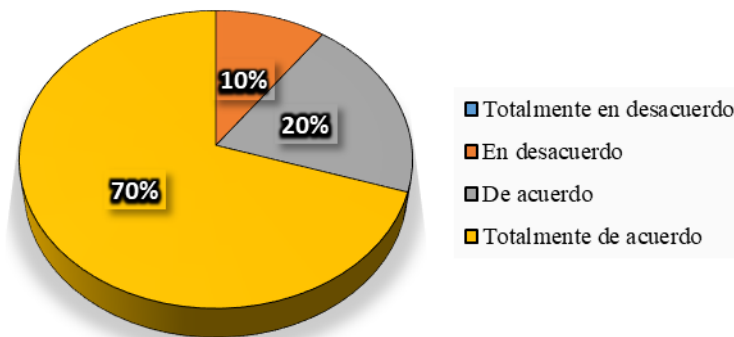


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 17 se quiere saber si las empresas disponen con procedimientos para la gestión de quejas, se determinó en este caso que el 70% está totalmente de acuerdo y que un 20% también está de acuerdo, además que un 10% no se encuentra d acuerdo.

Figura 19

Disponemos de procedimientos eficaces de gestión de quejas



Fuente: Encuestas aplicadas

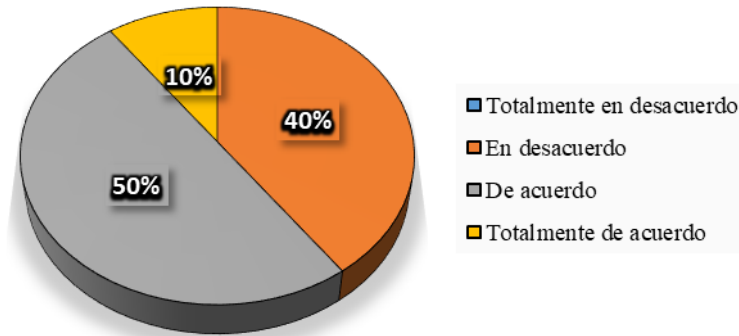
- **Dimensión medioambiental**

Referente a la dimensión medioambiental se tienen 6 ítems, los cuales son las siguientes:

En el ítem 18 se quiere saber si las empresas utilizan productos de bajo impacto ambiental, se observa que el 10% está totalmente de acuerdo, el 50% está de acuerdo mientras que un 40% se encuentra en desacuerdo, esto quiere decir que todavía no utilizan productos de bajo impacto ambiental.

Figura 20

Utilizamos productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental

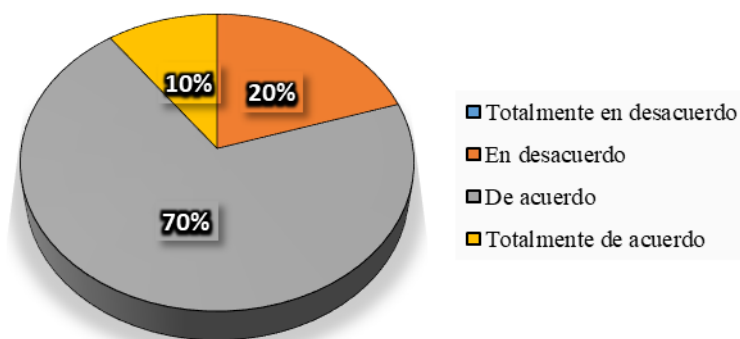


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 19 se quiere saber si las empresas participan en actividades relacionadas con la protección medioambiental, se analiza que el 10% está totalmente de acuerdo, el 70% está de acuerdo con su participación en estas actividades mientras que un 20% se encuentra en desacuerdo, esto quiere decir que aún no han tenido la oportunidad de participar en estas actividades.

Figura 21

Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural

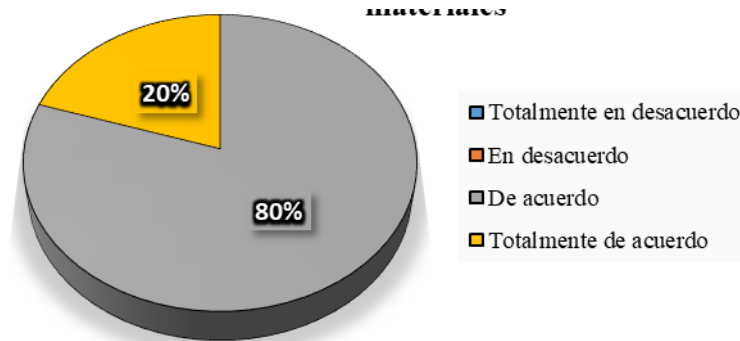


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 20 se analizó que el 80% de las empresas está de acuerdo con hacer lo posible por reducir las emisiones de gases además de realizar el reciclaje de materiales mientras que el 20% está totalmente de acuerdo, ambas respuestas son positivas.

Figura 22

Se hace lo posible por reducir las emisiones de gases, residuos, además se realiza el reciclaje de materiales

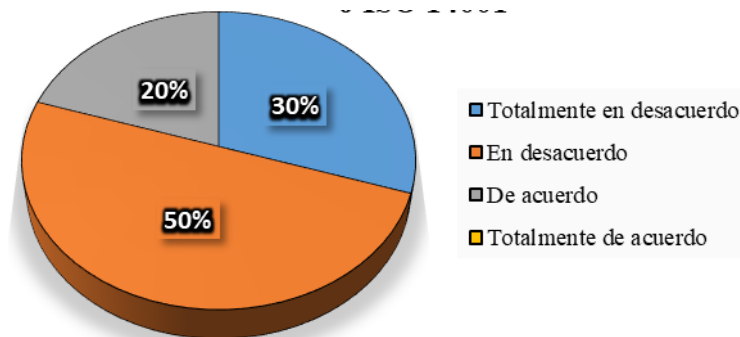


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 21 se quiere saber si las empresas cuentan con un sistema de gestión medioambiental, se determinó en este caso que el 30% está totalmente de desacuerdo, un 50% está en desacuerdo mientras que solo un 20% se encuentra de acuerdo.

Figura 23

Se cuenta con un sistema de gestión medioambiental conforme al reglamento EMAS o ISO 14000

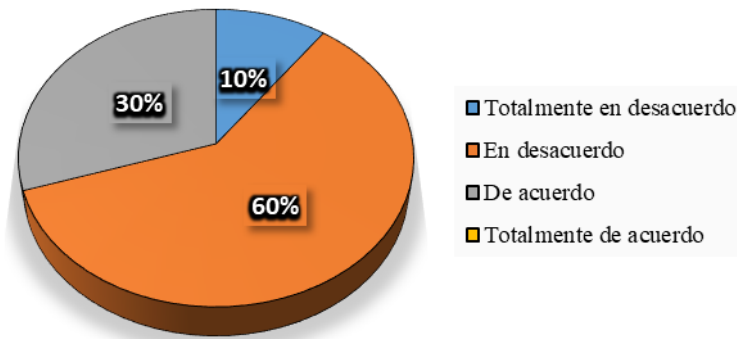


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 22 se quiere saber si las empresas utilizan máquinas eficaces que cuidan el medio ambiente, se determinó en este caso que el 10% está totalmente desacuerdo, un 60% está en desacuerdo mientras que solo un 30% se encuentra de acuerdo con el uso de estas máquinas.

Figura 24

Se utilizan máquinas eficaces que cuidan al medio ambiente

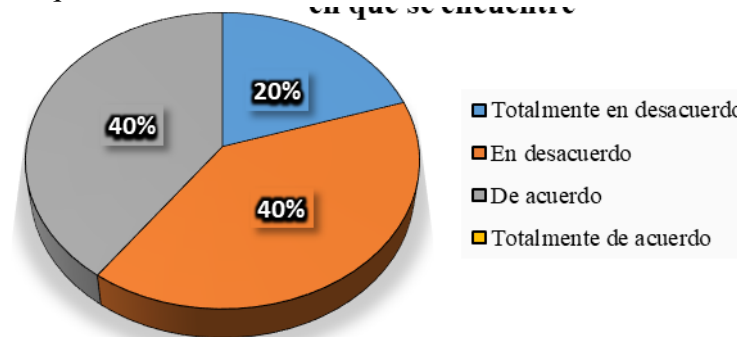


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 23 se quiere conocer si las empresas usan fuentes de energía alternativa, se determinó que el 20% está totalmente en desacuerdo, un 40% está en desacuerdo mientras que solo un 40% se encuentra de acuerdo con usar fuentes de energía alternativa.

Figura 25

Usamos fuentes de energía alternativa como paneles solares u otros dependiendo de la zona en que se encuentre



Fuente: Encuestas aplicadas

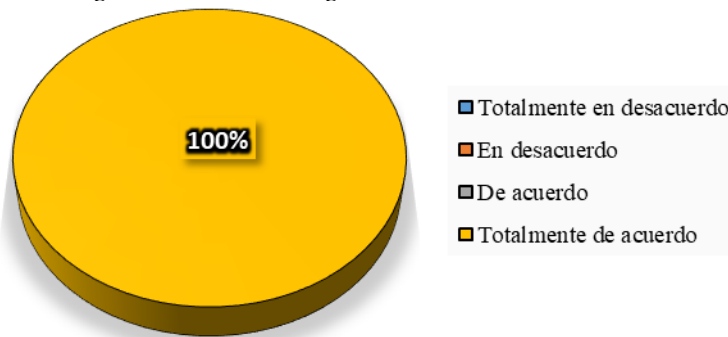
- **Éxito competitivo**

Referente al éxito competitivo de las empresas se tienen un total de 17 ítems los cuales son las siguientes:

En el ítem 24 se quiere conocer si en la empresa se tiene un buen liderazgo, se observa que todas las empresas encuestadas están totalmente de acuerdo.

Figura 26

Se tiene un buen liderazgo dentro de la organización

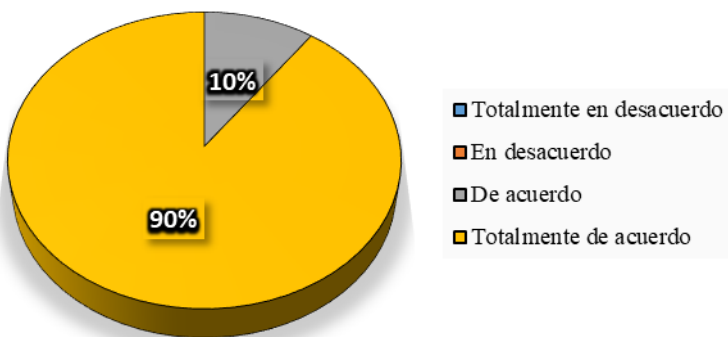


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 25 se analizó que el 90% de las empresas está totalmente de acuerdo con que el servicio que brindan es de alta calidad mientras que solo el 10% está de acuerdo, siendo estas respuestas positivas.

Figura 27

Nuestro servicio es de alta calidad frente a otras empresas del sector

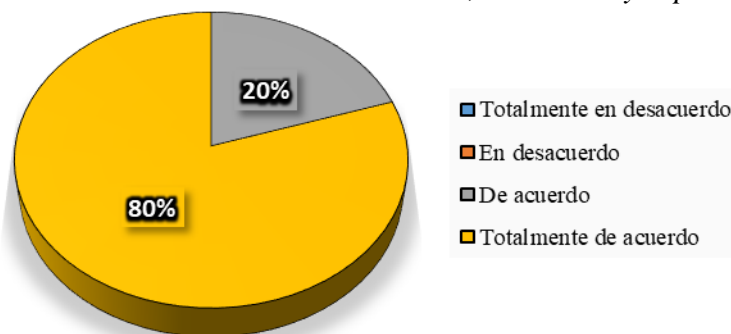


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 26 se analizó que el 80% de las empresas está totalmente de acuerdo mientras que el 20% está de acuerdo con el nivel de conocimiento y experiencia acumulada que tienen, ambas respuestas fueron positivas.

Figura 28

Contamos con un nivel de conocimiento del mercado, know-how y experiencia acumulada

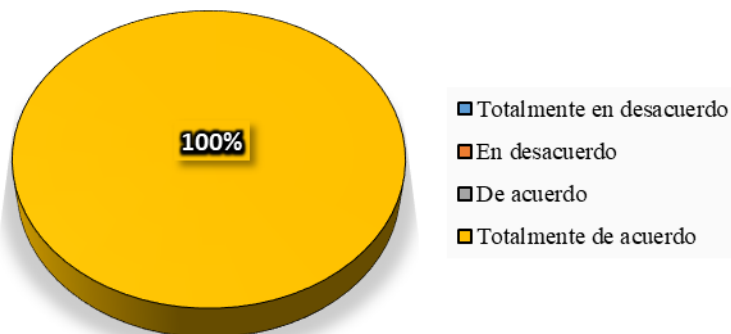


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 27 se observa que todas las empresas encuestadas están totalmente de acuerdo en conocer el entorno económico actual.

Figura 29

Se tiene conocimiento del entorno económico actual

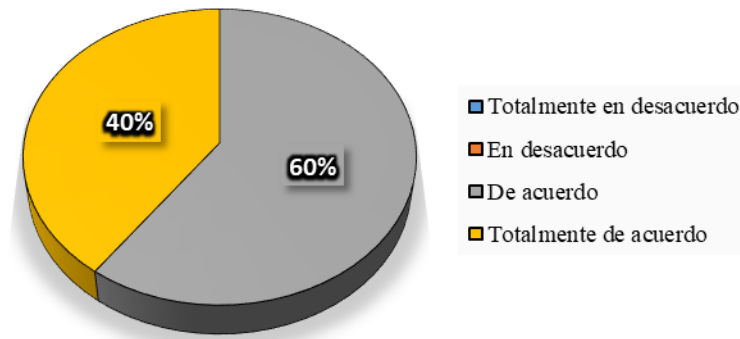


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 28 se quiere saber si las empresas están de acuerdo con tener una política ambiental dentro de la empresa, el 60% se encuentra de acuerdo mientras que el 40% está totalmente de acuerdo, solo se obtuvieron respuestas positivas.

Figura 30

Se cuenta con una política ambiental en la empresa

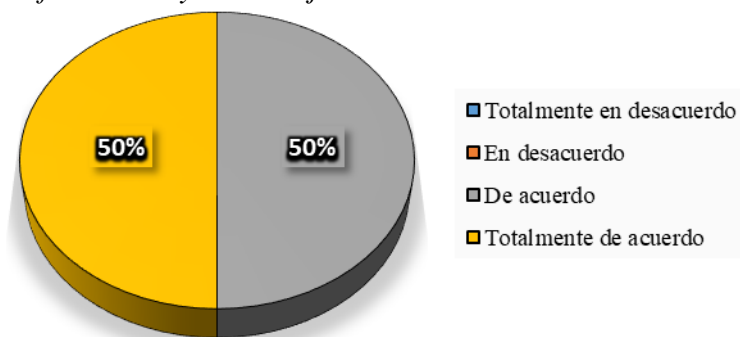


Fuente: Encuestas aplicadas

En la pregunta 29 se tiene que la mitad de las empresas está totalmente de acuerdo con la fluidez de información y trabajo coordinado entre las áreas de la empresa mientras que la otra mitad esta solo de acuerdo, se obtuvieron respuestas netamente positivas.

Figura 31

Existe fluidez de información y de trabajo coordinado entre todas las áreas de la empresa

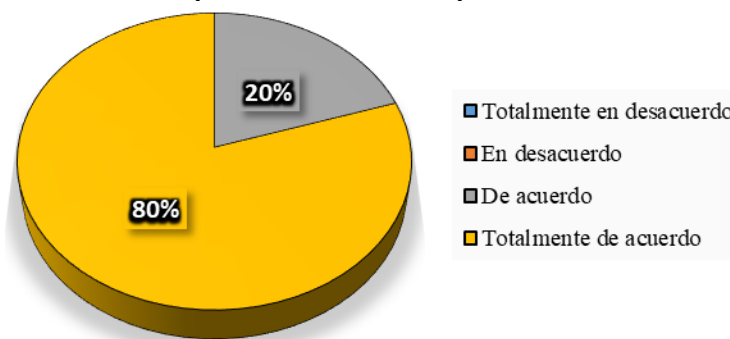


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 30 se quiere saber si las empresas están de acuerdo con tener parámetros adecuados para medir el desempeño laboral de los trabajadores, se determinó que el 80% está totalmente de acuerdo mientras que el 20% está de acuerdo, solo se obtuvieron respuestas positivas.

Figura 32

Tienen parámetros adecuados para medir el desempeño laboral de los trabajadores

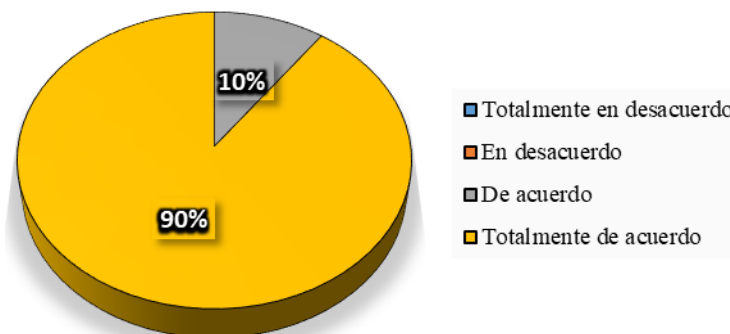


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 31 se analizó que el 90% de las empresas encuestadas está totalmente de acuerdo y el 10% se encuentra de acuerdo con tener conocimiento de la normativa y reglamento que rigen sus prácticas, ambas respuestas positivas.

Figura 33

Se cuenta con conocimiento de la normativa y reglamento que rigen sus prácticas

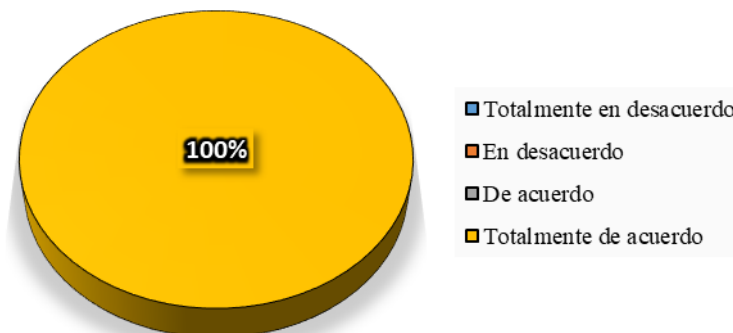


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 32 se observa que todas las empresas encuestadas están totalmente de acuerdo en conocer la utilidad y rentabilidad de sus empresas.

Figura 34

Se tiene conocimiento de la utilidad y rentabilidad

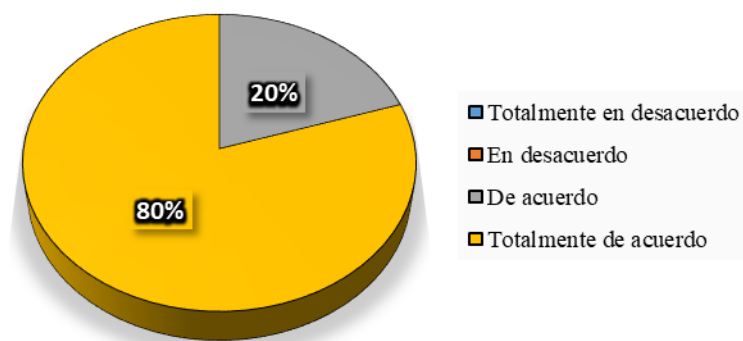


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 33 se quiere saber si las empresas tienen una buena gestión de los recursos humanos, se determinó que el 80% está totalmente de acuerdo mientras que el 20% está de acuerdo, ambas respuestas positivas.

Figura 35

Se tiene una buena gestión de recursos humanos

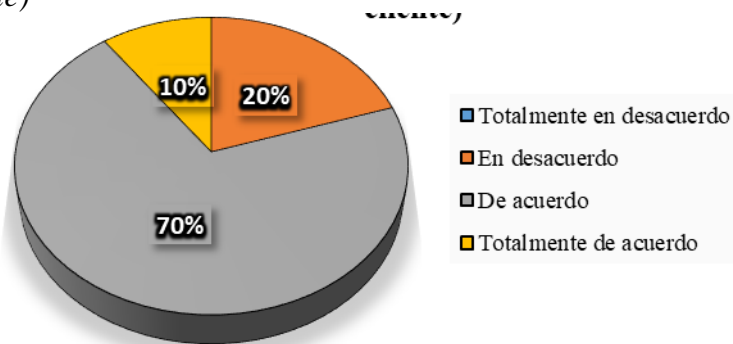


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 34 se quiere conocer si las empresas cuentan con capacidades en el campo del marketing, se determinó en este caso que el 70% está de acuerdo, de igual manera un 10% está totalmente de acuerdo mientras que solo un 20% no se encuentra de acuerdo, esto quiere decir que no le dan mucho interés al área de marketing.

Figura 36

Contamos con capacidades en el campo del marketing (acceso a nuevos mercados, servicio al cliente)

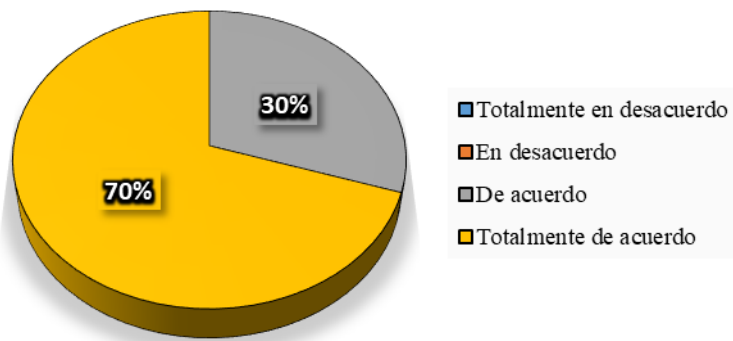


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 35 se tiene que el 70% de las empresas encuestadas está totalmente de acuerdo mientras que el 30% se encuentra de acuerdo con tener buenos niveles de cohesión entre los valores y cultura corporativa de la empresa, solo se obtuvieron respuestas positivas.

Figura 37

Contamos con niveles de cohesión de los valores y de la cultura corporativa

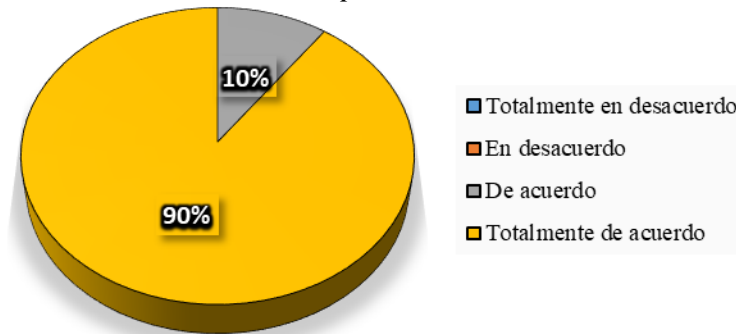


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 36 se tienen que el 90% de las empresas está totalmente de acuerdo con tener una buena relación con los proveedores y solo el 10% está de acuerdo, ambas son respuestas positivas.

Figura 38

Contamos con una buena relación con los proveedores

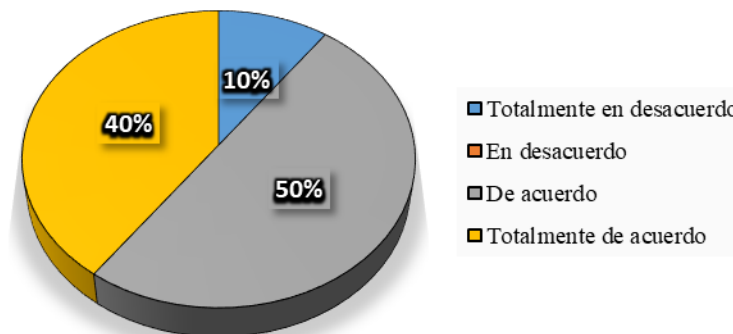


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 37 se quiere saber si las empresas tienen la intención de expandir el negocio a Nivel Nacional, se determinó en este caso que el 50% está de acuerdo, el 40% está totalmente de acuerdo mientras que solo el 10% no se encuentra de acuerdo, esto quiere decir que no tiene la intención de expandirse por ahora.

Figura 39

Se tiene la intención de expandir el negocio a nivel Nacional

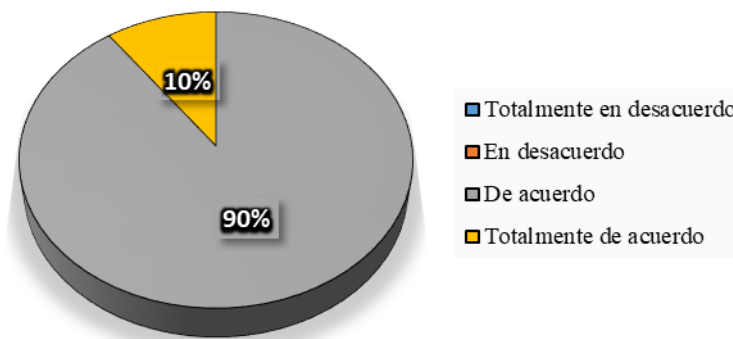


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 38 se tiene que el 90% de las empresas está de acuerdo y el 10% se encuentra totalmente de acuerdo con contar con recursos tecnológicos y sistemas de información, ambas respuestas son positivas.

Figura 40

Contamos con recursos tecnológicos y sistemas de información

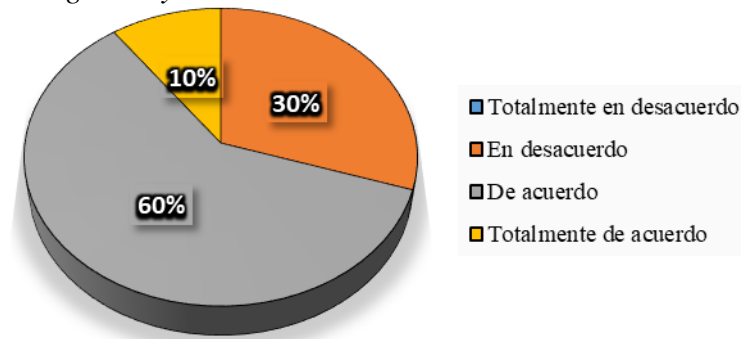


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 39 se quiere saber si las empresas invierten en Investigación y Desarrollo, en este caso tenemos que el 60% está de acuerdo, un 10% está totalmente de acuerdo mientras que un 30% no se encuentra de acuerdo, esto quiere decir que no invierten en esa área.

Figura 41

Se invierte en Investigación y Desarrollo

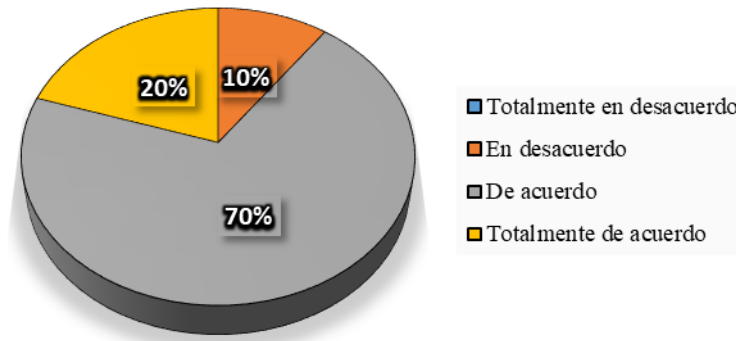


Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 40 se quiere saber si las empresas cuentan con una buena capacidad de innovación al prestar el servicio, en este caso se determinó que el 70% está de acuerdo, un 20% está totalmente de acuerdo, además de un 10% que no se encuentra de acuerdo.

Figura 42

Se cuenta con una buena capacidad de innovación al prestar el servicio



Fuente: Encuestas aplicadas

ANÁLISIS

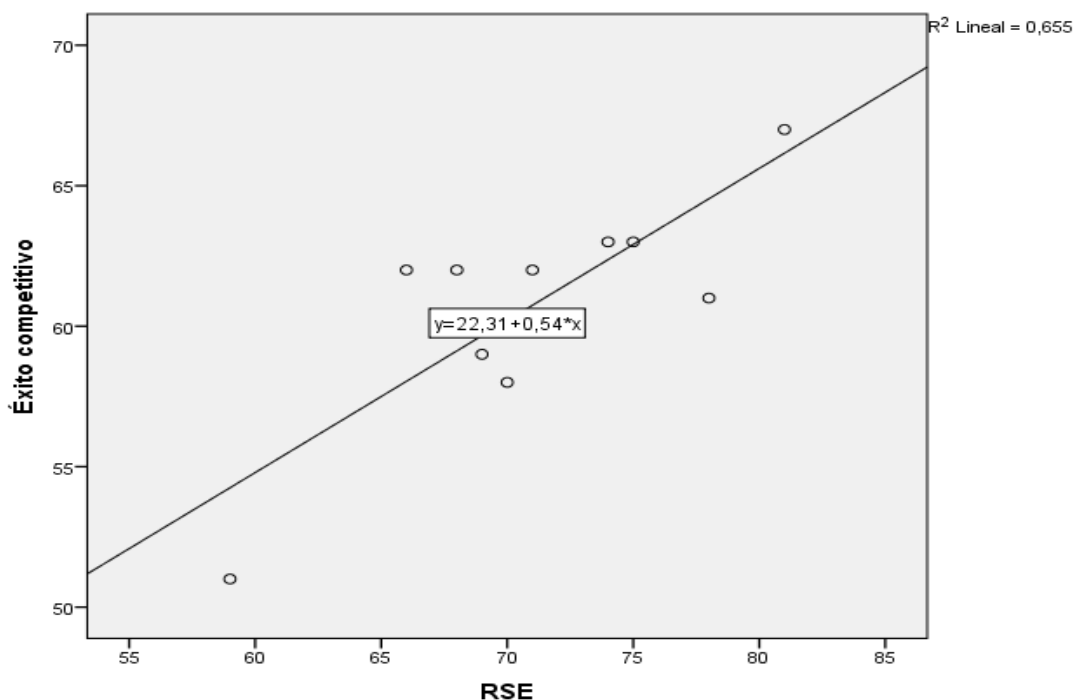
- REGRESIÓN LINEAL

La regresión lineal es, una técnica estadística para modelar e investigar la relación entre dos o más variables y el diagrama de dispersión sirve para poder cuantificar la relación entre las variables analizadas.

La Figura 43 muestra la relación entre el éxito competitivo y la responsabilidad social empresarial, a simple vista se puede observar que hay una relación positiva entre ambas variables, ya que mientras más se incremente el uso de la responsabilidad social empresarial, también se incrementará el éxito competitivo de las empresas en cuestión, es decir que hay una influencia positiva. También hay que tener en cuenta que el R^2 lineal es de 0.65 lo que nos indica que es un modelo confiable.

Figura 43

Diagrama de regresión lineal entre el éxito competitivo y la RSE



Fuente: Datos analizados en el SPSS 22

La Tabla 9 señala el puntaje total por cada variable. La ecuación de los resultados obtenidos estimará el éxito competitivo de las empresas de mantenimiento y señalización vial, es decir, que si las empresas aumentan sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial el éxito competitivo de las MYPES aumentaría en un 54%.

Tabla 5

Coefficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	22,31	9,904		2,253	,054
RSE	,541	,139	,810	3,900	,005

Nota. a. Variable dependiente: Éxito competitivo Fuente: Encuestas aplicadas y SPSS 22

DISCUSIÓN

Según los resultados de la investigación, tenemos que la Responsabilidad Social Empresarial tiene relación con la competitividad en las MYPES de mantenimiento y señalización vial, esto se puede corroborar con lo que dice Mellado, (2009), en su artículo indicando que la Responsabilidad Social Empresarial es un elemento indispensable dentro de la gestión de las empresas. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la RSE se convierte en una posibilidad de diferenciación de la competencia, que bien aprovechada por las MYPES puede ser importante para su éxito empresarial tanto regional como nacional.

El análisis de los resultados de la Responsabilidad Social Empresarial, indica que las empresas están familiarizadas y aplican la responsabilidad social ya que si bien es cierto que están en crecimiento y no tienen un área específica encargada de la RSE aun así se preocupan tanto por los recursos humanos como por cuidar el medio ambiente, esto se puede contrastar con la investigación realizada por Barbachan, (2017), y se complementa con lo que dice Murcia, (2016).

En los resultados del cuestionario se obtuvo que en la dimensión social la mayoría de las empresas están de acuerdo en tomar en cuenta la opinión de sus colaboradores, pagar salarios por encima de la media del sector además de tener un sistema para las quejas que puedan tener sus colaboradores sin dejar de lado el hecho cumplen con los niveles de salud y seguridad, según la dimensión económica se tiene que la mayoría de las empresas están totalmente de acuerdo con fomentar las relaciones con empresas de la región y preocuparse con brindar un servicio de calidad, una deficiencia que se ve es el hecho de que solo una de las empresas cumple con los estándares de calidad a nivel internacional además de poseer certificaciones que indiquen ese hecho, con respecto a la dimensión medioambiental la mayoría de las empresas está de acuerdo con utilizar recursos de bajo impacto ambiental, además de hacer lo posible por reducir la

emisión de gases y el hecho de fomentar el reciclaje, sin embargo se tiene un buen número de empresas que no usan energía renovables, además del uso de máquinas que favorezcan al ambiente.

Con respecto a la competitividad se determinó que las MYPES tienen desarrolladas de manera efectivas las dimensiones consideradas, ya que se indica que brindan un servicio de calidad, invierten cada vez más la tecnología y tienen un buen manejo dentro de la empresa, esto se confirma con lo que indica Fernández Llamo et al., (2015), en su investigación.

En los resultados del cuestionario aplicado se obtuvo que todas las empresas se encuentran totalmente de acuerdo con tener un buen liderazgo, además de tener un conocimiento de cómo es su entorno actual tanto como la utilidad y rentabilidad de sus respectivas empresas; por otro lado, se tiene que la mayoría de las empresas están totalmente de acuerdo con brindar un servicio de calidad, además de tener un buen nivel de conocimiento del mercado y experiencia, asimismo también indicaron tener una buena gestión de sus recursos humanos y una buena relación con sus diferentes proveedores, además de contar con niveles de cohesión de los valores y de la cultura corporativa, por último las empresas están de acuerdo con invertir en Investigación y Desarrollo además de contar con recursos tecnológicos y sistemas de información sin dejar de lado el hecho de querer expandirse.

La influencia que pueda tener la Responsabilidad Social Empresarial en las MYPES de mantenimiento y señalización vial es positiva, esto confirma lo que Hernández & Manrique, (2017), con la investigación que realizó, ya que también obtuvo resultados positivos.

Por otro lado, si las empresas incluyen la Responsabilidad Social Empresarial en sus planes pueden lograr una influencia del 54% en el éxito competitivo de sus respectivas empresas, además que la relación que tienen ambas variables es positiva por lo que, esta influencia puede ir en aumento según las empresas apliquen las estrategias de RSE.

CONCLUSIONES

- 1°. De acuerdo con los resultados que se reflejaron a lo largo de toda la investigación podemos decir que tanto las preguntas de investigación como las hipótesis planteadas responden positivamente, ya que, existe una relación directa entre las dos variables estudiadas.
- 2°. Los resultados demuestran que la RSE contribuye en gran medida en el éxito competitivo de las empresas que sean socialmente responsables además de influir también en sus colaboradores, proveedores, clientes y todos los que trabajen directamente con ellos.
- 3°. Los resultados invitan a que se potencien en mayor medida la dimensión ambiental con respecto a la responsabilidad social empresarial y la gestión de innovación en la variable de competitividad, ya que existen algunos porcentajes que demuestran que hay empresas que no le dan mucha importancia.
- 4°. Las empresas que logren conseguir y demostrar una ventaja competitiva gracias a la responsabilidad empresarial serán un gran ejemplo para los empresarios que ya tienen años en sus negocios como para los nuevos que aún no dan ese gran paso al cambio.

RECOMENDACIONES

1. En cuanto a los gerentes de las empresas estos deben informarse más en relación a las prácticas empresariales para así de esa manera desarrollar más estrategias que puedan servir de mejora para sus respectivas empresas, se sabe por lo investigado que no hay muchas publicaciones o estudios referentes al sector de mantenimiento y señalización vial pero no se puede descartar que día a día se aprecian más artículos y noticias no solo en publicaciones peruanas, sino también en páginas web internacionales, esto puede ser el

- comienzo de una ventaja competitiva para conocer la realidad de otros países y ver cómo se puede implementar a la realidad de las empresas en Arequipa.
2. Los gerentes no solo deben quedarse con la información sobre la Responsabilidad Social Empresarial, sino que también deben de darla a conocerla a sus trabajadores, proveedores y clientes para que estos también estén informados de sus beneficios para así ponerlo en práctica y de esa manera trabajar todos en conjunto para ser más competitivos y por ende contar con una mayor ventaja con respecto a las otras empresas.
 3. Invertir en certificaciones tanto nacionales como internacionales para que estas tengan una mayor imagen de calidad en el servicio que brindan y esto pueda servir para darles un mayor estímulo a cualquier estrategia de responsabilidad social empresarial que apliquen, ya que será recibida de manera positiva tanto por mercados nacionales como internacionales.
 4. Promover las relaciones comerciales no sólo en Arequipa sino en todo el Perú para que así tengan una mayor reputación como empresa responsable en el rubro al que se dediquen.

LIMITACIONES

1. La principal limitación que se tuvo fue no obtener el dato exacto de la población del sector de mantenimiento y señalización vial ya que sólo se encontró datos del sector en general y no de los sectores específicos.
2. Acceso a las MYPES debido a que sólo se obtuvieron datos generales de las empresas. En este sentido, para investigaciones futuras respecto al tema debieran poder utilizar el instrumento no sólo para MYPES del sector de mantenimiento y señalización vial sino también para otros sectores además de aplicarlo no sólo a los gerentes de las empresas sino también a los trabajadores para así tener un panorama más amplio sobre la

Responsabilidad Social Empresarial y su relación con el éxito competitivo de las empresas.

3. Respuestas de las empresas muy escasas por el tiempo de la pandemia, a futuro se podrían utilizar estas herramientas con una muestra mayor para obtener mejores resultados.

REFERENCIAS

- AccountAbility. (2008). *Estándares - AccountAbility*. <https://www.accountability.org/standards/>
- AEC - *Competitividad*. (s. f.). Recuperado 16 de marzo de 2021, de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/competitividad>
- Agencia Peruana de Noticias. (2018). *Pyme emplea al 75% de la Población Económicamente Activa del Perú* / Noticias / Agencia Peruana de Noticias Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-pyme-emplea-al-75-de-poblacion-economicamente-activa-del-peru-714211.aspx>
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *InnovaG*, 56-62. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>
- Cansino, J., & Morales, M. (2008). *Santiago: departamento Control de gestión y Sistemas de información de la Facultad de Economía y negocios de la universidad de Chile*. [file:///C:/Documents and Settings/Administrador/ Mis documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14 \(1\). pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14%20(1).pdf)
- Comisión Europea, *web oficial*. (2001). Comisión Europea. https://ec.europa.eu/info/index_es
- Covid 19 en el Perú: El impacto en las Mypes - Economía Verde : Economía Verde*. (2020, abril 30). Economía Verde. <https://economyaverde.pe/covid-19-en-el-peru-el-impacto-en-las-mypes/>
- El Peruano. (2020, agosto 19). *Sector de Transportes y Comunicaciones reactiva más de un millón de puestos de trabajo*. <https://elperuano.pe/noticia-sector-transportes-y-comunicaciones-reactiva-mas-un-millon-puestos-trabajo-101388.aspx>
- ElComercio. (2020, agosto 10). *Perú: Incore 2020 | Índice de competitividad regional: solo cinco regiones o* / NOTICIAS EL COMERCIO PERÚ. NOTICIAS EL COMERCIO PERÚ.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/incore-2020-indice-de-competitividad-regional-solo-cinco-regiones-obtienen-puntaje-aprobatorio-ipe-noticia/>

Expok. (2013). *¿Qué es un Reporte de Sustentabilidad y cómo se realiza?* – ExpokNews.

<https://www.expoknews.com/que-es-un-reporte-de-sustentabilidad-y-como-se-realiza/>

Fernández Llamo, C. D. P., Jiménez Ramírez, V., & Fernández Llamo, Á. G. (2015).

“Responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las PYMES del Perú”

[Universidad Nacional del Callao]. En *Repositorio institucional – UNAC*.

<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/2236>

Fernández Sánchez, E., Montes Peón, J. M., & Vázquez Ordás, C. J. (1997). *La competitividad de la empresa : un enfoque basado en la teoría de recursos*. Servicio de Publicaciones, Universidad de Oviedo.

Financiera, V. (2017, septiembre 5). *Dificultades de las pymes en el Perú*. Vanguardia

Financiera. <http://www.vaf.pe/2017/09/05/dificultades-de-las-pymes-en-el-peru/>

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step A Simple Guide and Reference Fourth Edition (11.0 update) Answers to Selected Exercises*.

Gestión. (2016). *¿Cómo ayuda la responsabilidad social a las pymes?* | Mercados | Gestión.

<https://gestion.pe/economia/mercados/ayuda-responsabilidad-social-pymes-120053-noticia/>

Gliem, J., & Gliem, R. (2003). *Calculating, Interpreting, And Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient For Likert-Type Scales*. 82-87.

<https://scholarworks.iupui.edu/handle/1805/344>

González Ramos, M. I., Donate Manzanares, M. J., & Guadamillas Gómez, F. (2014). Vista de El efecto del papel mediador de la reputación corporativa en la relación entre la RSC y los resultados económicos. *RstudiosEmpresariales*, 1, 67-89.

<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1378/1200>

- GRI. (1997). *Iniciativa de informe global*. <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- Hernández, D., & Manrique, G. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca* [San Ignacio de Loyola]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2676>
- INEI. (2015). *PERÚ Instituto Nacional de Estadística e Informática*.
http://webinei.inei.gob.pe/anda_inei/index.php/catalog/653
- IPE. (2020, agosto). *INCORE 2020: Una mirada a la competitividad de las regiones* | IPE.
<https://www.ipe.org.pe/portal/incore-2020-una-mirada-a-la-competitividad-de-las-regiones-2/>
- ISO. (2010). *ISO 26000 visión general del proyecto*.
- La República. (2020, mayo 28). *Ministerio de Transportes reanudará construcción de dos carreteras en Arequipa y Moquegua* | lrsd | *La República*.
<https://larepublica.pe/sociedad/2020/05/28/ministerio-de-transportes-reanudara-construccion-de-dos-carreteras-en-arequipa-y-moquegua-lrsd/>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia Año*, 13(2), 158-184.
- Landazuri Aguilera, Y., Valenzuela Reynaga, R., Chavez Rivera, irna Y., & López Parra, M. E. (s. f.). *Competitividad de las PYMES*. Recuperado 30 de septiembre de 2019, de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no63/6c-competitividad_de_las_mipymes_2.pdf
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 24-33.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28011674003.pdf>
- Murcia, Y. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial en las PYME de Latinoamerica*

[Universidad Militar Nueva Granada].

[https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14292/MURCIAORTIZYEIMYROCIO 2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14292/MURCIAORTIZYEIMYROCIO%202016.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Pérez, A. (2017, enero 2). *Diamante de Porter componentes, usos y beneficios* / *OBS Business School*. <https://www.obsbusiness.school/blog/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios>

Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las empresas* (pp. 163-202).

[https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1º jornada/2. lectura complementaria/1. ser competitivo - michael e. porter cap. 6.pdf](https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1º%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf)

Problemas que impiden que las pymes logren el éxito / *El Portal de los Emprendedores*. (2015, mayo 29). <https://www.pqs.pe/actualidad/problemas-que-impiden-que-las-pymes-logren-el-exito>

QuestionPro. (s. f.). *¿Qué es el coeficiente de correlación de Pearson?* Recuperado 23 de marzo de 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/coeficiente-de-correlacion-de-pearson/>

Responsabilidad Social Empresarial Definición - RSE. (2017). Responsabilidad Social Empresarial. <http://responsabilidad-social-corporativa.com/responsabilidad-social-empresarial-definicion/>

REYNO MOMBERG, M. (2006). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) COMO VENTAJA COMPETITIVA. <http://www.usm.cl>.

Riquelme Leiva, M. (2015, junio). *Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa*. <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Road Experts. (2017, octubre 25). *Errores mas comunes en la construcción de una autopista*. <https://www.roadexpertsla.com/es/noticias/detalhes/errores-mas-comunes-en-la-construccion-de-una-autopista>

- RPP. (2020, agosto 17). *Empleo: ¿Qué sectores fueron los más afectados por la pandemia?* | INEI | Coronavirus en Perú | Trabajadores | RPP Noticias.
<https://rpp.pe/economia/economia/empleo-que-sectores-fueron-los-mas-afectados-por-la-pandemia-inei-coronavirus-en-peru-trabajadores-noticia-1287009?ref=rpp>
- Ruiz, L. (s. f.). *Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística*. Recuperado 30 de septiembre de 2020, de <https://psicologiymente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>
- Saavedra García, M. L., Milla Toro, S. O., & Sánchez, B. T. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW*, 2(4). <https://doi.org/10.15558/fir.v2i4.38>
- SGS. (1989). *Certificación SA 8000: responsabilidad social | Salud y Seguridad | SGS Perú*.
<https://www.sgs.pe/es-es/health-safety/quality-health-safety-and-environment/sustainability/social-sustainability/sa-8000-certification-social-accountability>
- UCSP. (2013). *La innovación en la responsabilidad social en las pymes como generadora de ventaja competitiva y factor diferenciador | Sala de Prensa*.
<https://ucsp.edu.pe/saladeprensa/articulos/la-innovacion-en-la-responsabilidad-social-en-las-pymes-como-generadora-de-ventaja-competitiva-y-factor-diferenciador/>
- Valdivia, R. (2017). *Impacto social, económico y medioambiental de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las más importantes Empresas de la Región Arequipa y análisis de su aplicación en Mypes*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3383>
- Vara Estrella. (2012). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina - Management Society. *Management*, 34. <https://www.managementsociety.net/2013/02/08/la-responsabilidad-social-empresarial-en-america-latina/>

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

El propósito de este cuestionario es analizar la responsabilidad social empresarial como factor competitivo en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa. Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en su experiencia de trabajo, por lo tanto, no hay respuestas correctas ni incorrectas. Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca con una “X” la respuesta que mejor describa su opinión.

La escala utilizada es del 1 (totalmente en desacuerdo) al 4 (totalmente de acuerdo).

Nombre de la empresa: _____

Inicio de operación de la empresa: _____

Puesto: _____

Responsabilidad Social Empresarial		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		4	3	2	1
Dimensión social					
1	Valoramos la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial				
2	Pagamos salarios por encima de la media del sector				
3	El salario de los empleados está relacionado con las competencias y el rendimiento				
4	Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales				
5	Contamos con procedimientos para la gestión de quejas				
6	Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados				
7	Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal				
8	Consideramos las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa				
9	Participamos en proyectos sociales destinados a la comunidad				
Dimensión económica					
10	Nos preocupamos por proporcionar un servicio de alta calidad para nuestros clientes				

11	Nuestros servicios cumplen con los estándares internacionales de calidad				
12	Contamos con certificaciones internacionales que confirman la calidad del servicio				
13	Nos distinguimos por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida				
14	La garantía de nuestro servicio es más amplia que la de la media del mercado				
15	Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuo con nuestros proveedores				
16	Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región				
17	Disponemos de procedimientos eficaces de gestión de quejas				
Dimensión medioambiental					
18	Utilizamos productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental				
19	Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural				
20	Se hace lo posible por reducir las emisiones de gases, residuos además se realiza el reciclaje de materiales				
21	Se cuenta con un sistema de gestión medioambiental conforme al Reglamento EMAS o ISO 14001				
22	Se utilizan máquinas eficientes que cuidan al medio ambiente				
23	Usamos fuentes de energía alternativa como paneles solares u otros dependiendo de la zona en que se encuentre				
Éxito competitivo					
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		4	3	2	1
24	Se tiene un buen liderazgo dentro de la organización				
25	Nuestro servicio es de calidad frente a otras empresas del sector				
26	Contamos con un nivel de conocimiento del mercado, know-how y experiencia acumulada				
27	Se tiene conocimiento del entorno económico actual				
28	Se cuenta con una política ambiental en la empresa				

29	Existe fluidez de información y de trabajo coordinado entre todas las áreas de la empresa				
30	Tienen parámetros adecuados para medir el desempeño laboral de los trabajadores				
31	Se cuenta con conocimiento de la normativa y reglamento que rigen sus prácticas				
32	Se tiene conocimiento de la utilidad y rentabilidad				
33	Se tiene una buena gestión de recursos humanos				
34	Contamos con capacidades en el campo del marketing (acceso a nuevos mercados, servicio al cliente)				
35	Contamos con niveles de cohesión de los valores y de la cultura corporativa				
36	Contamos con una buena relación con los proveedores				
37	Se tiene la intención de expandir el negocio a nivel Nacional				
38	Contamos con recursos tecnológicos y sistemas de información				
39	Se invierte en Investigación y Desarrollo				
40	Se cuenta con una buena capacidad de innovación al prestar el servicio				

ANEXO 2

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Profesor Glenn Arce



INDICADORES	CRITERIOS	Inferior al básico	Básico	Intermedio	Sobresaliente	Muy sobresaliente
		1	2	3	4	5
Claridad	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.					X
Objetividad	Están expresado en conductas medibles, observables.					X
Consistencia	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría.					X
Coherencia	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable.					X
Pertinencia	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
Suficiencia	Son suficientes la cantidad y calidad de los ítems presentados en el instrumento.					X
Sumatoria Parcial		0	0	0	0	30
Sumatoria Total		30				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

a. Valoración total cuantitativa: 30

b. Opinión:

Favorable: X

Debe mejorar: _____

No favorable: _____

c. Observaciones:

Arequipa, 16 de octubre del 2020

Firma



INDICADORES	CRITERIOS	Inferior al básico	Básico	Intermedio	Sobresaliente	May sobresaliente
		1	2	3	4	5
Claridad	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión.					X
Objetividad	Están expresado en conductas medibles, observables.				X	
Consistencia	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría.				X	
Coherencia	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable.				X	
Pertinencia	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados.					X
Suficiencia	Son suficientes la cantidad y calidad de los ítems presentados en el instrumento.				X	
Sumatoria Parcial					16	10
Sumatoria Total		26				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

a. Valoración total cuantitativa: _____

b. Opinión:

Favorable: X Debe mejorar: No favorable:

c. Observaciones:

Arequipa, 24 de octubre del 2020


Firma

ANEXO 3

Matriz de consistencia

TEMA: Responsabilidad Social Empresarial como factor competitivo en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa, 2020

Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología	Técnicas e instrumentos	Recolección de datos
Pregunta general	Objetivo general	Hipótesis General	Variable independiente		Investigación científica básica.		
¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la competitividad en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa?	Determinar si la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la competitividad en las MYPES de mantenimiento y señalización vial de Arequipa.	Existe una relación significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad en opinión de los gestores de las MYPES de mantenimiento y señalización vial en Arequipa.	Responsabilidad Social Empresarial	- Dimensión social - Dimensión ambiental - Dimensión económica - Éxito competitivo	Enfoque mixto Alcance descriptivo. Diseño no experimental transversal.	Cuestionario conformado por 40 ítems. Los ítems se encuentran bajo el método de la escala de Likert.	Cuestionarios aplicados a los gestores de las empresas.
Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable dependiente		Población y muestra		Procesamiento de datos
¿Qué dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial se implementan en las MYPES de mantenimiento y señalización vial desde la opinión de sus gestores?	Determinar las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial implementadas desde la opinión de los gestores de las MYPES de mantenimiento y señalización vial.	Las MYPES de mantenimiento y señalización vial implementan las tres dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial desde la opinión de sus gestores.	Competitividad	-Gestión empresarial - Gestión de procesos - Gestión de innovación	102 MYPES especializadas en mantenimiento, señalización y conservación vial de Arequipa. La muestra incluye 10 MYPES.		Se utilizarán el programa de estadística SPSS Versión 22 y Microsoft Excel.
¿Qué dimensiones de competitividad se han logrado según la opinión de los gestores de las MYPES de mantenimiento y señalización vial?	Determinar las dimensiones de competitividad logradas por las MYPES de mantenimiento y señalización vial según la opinión de sus gestores.	Las MYPES de mantenimiento y señalización vial han logrado las tres dimensiones de competitividad según la opinión de sus gestores.					Relación de variables: Regresión lineal Confiabilidad del test: Alfa Cronbach.

¿De qué manera influye la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad según la opinión de los gestores de las MYPES?

Determinar si la Responsabilidad Social Empresarial influye en la competitividad según la opinión de los gestores de las MYPES.

La Responsabilidad Social Empresarial influye en la competitividad según la opinión de los gestores de las MYPES.
