

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**  
**ESCUELA DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**



**RELACIÓN DE MOTIVACIÓN DEL PERSONAL Y LA GESTIÓN  
CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS DEL  
RUBRO CONFECCIONES TEXTILES, EN LA  
REGIÓN TACNA, AÑO 2019**

**TESIS**

**Presentada por:**

**Bach. Karol Katia Santos Quispe**

**ORCID: 0009-0005-4001-791X**

**ASESOR:**

**Dra. Giovanna Lourdes Cuneo Álvarez**

**ORCID: 0000-0003-1356-1483**

**Para obtener el grado académico de:**

**MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**TACNA - PERÚ**

**2023**

**ESCUELA DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE**  
**EMPRESAS**

Tesis:

**RELACIÓN DE MOTIVACIÓN DEL PERSONAL Y LA GESTIÓN CON**  
**RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS DEL RUBRO**  
**CONFECCIONES TEXTILES, EN LA REGIÓN TACNA, AÑO 2019**

Presentada por:

**KAROL KATIA SANTOS QUISPE**

Tesis sustentada y aprobada el 17 de Noviembre de 2023, ante el siguiente jurado examinador:

Presidente : Dra. Gabriela Isabel Heredia Alvarez

Secretario : Mtra. Charly Evelyn Chavez Lara

Vocal : Mtro. Walther Arturo Bueno Mariaca

Asesor : Dra. Giovanna Lourdes Cuneo Álvarez

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Karol Katia Santos Quispe, en calidad de egresada de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas, de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI 72855585, soy autora de la tesis titulada:

“Relación de motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la región Tacna, año 2019”, con asesora: Dra. Giovanna Lourdes Cuneo Álvarez.

### DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser la única autora del texto entregado para obtener el grado académico de Magister en Administración y Dirección de Empresas, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin.

Así mismo, declaro no haber transgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro que, después de la revisión de la tesis con el software Turnitin se declara 27 % de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por lo expuesto, mediante la presente, asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado; asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello, en favor de terceros, con motivos de acciones, recriminaciones o conflictos derivados del

incumplimiento de lo declarado o las que encontrases causa en el contenido de la tesis, libro o invento.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 17 de Noviembre de 2023.



---

Karol Katia Santos Quispe  
DNI: 72855585

## DEDICATORIA

Dedicado en gratitud a mis grandiosos padres Margarita y Omar, por siempre apoyarme en mi superación profesional, por el constante ánimo e invaluable comprensión a lo largo de estos años, por siempre estar a mi lado y confiar en mí. A mi hijo Diego Alejandro mi inspiración y mi motor para seguir adelante.

A mi esposo Juan Diego por su apoyo incondicional y no dejarme rendir nunca. Mis segundos padres que se encuentran en el cielo gracias a ellos por su infinito apoyo mientras estuvieron conmigo, los llevo en el corazón y esta dedicatoria es para ellos también.

## AGRADECIMIENTOS

Hago un expreso agradecimiento a todas aquellas personas, entre parientes, amigos y maestros, que me motivaron a que este esfuerzo se concretara en un documento formal y concreto.

Sus sabios consejos, orientación y ayuda fueron sumamente valiosos a la hora de dar forma tanto a la idea de investigación como al documento formal en que se presenta.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE APÉNDICES	xiii
RESUMEN	xiv
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.2.1. Interrogante principal	20
1.2.2. Interrogantes secundarias	21
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.4.1. Objetivo general	23
1.4.2. Objetivos específicos	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	24
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.1.1. Antecedentes Internacionales:	25
2.1.2. Antecedentes Nacionales:	33
2.1.3. Antecedentes Locales:	37
2.2. BASES TEÓRICAS	38
2.2.1. La motivación del personal	38
2.2.2. Responsabilidad social empresarial	44

2.2.3. Mypes del del rubro confecciones textiles en Tacna.	53
2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	54
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	57
3.1. HIPÓTESIS	57
3.1.1. Hipótesis general	57
3.1.2. Hipótesis específicas	57
3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	58
3.2.1. Identificación de la variable independiente	58
3.2.1.1. Dimensiones / indicadores	58
3.2.1.2. Escala de medición de la variable	58
3.2.2. Identificación de la variable dependiente	59
3.2.2.1. Escala de medición de la variable	60
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	61
3.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	62
3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	62
3.6. ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	62
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA	63
3.7.1. Unidad de estudio	63
3.7.2. Población	63
3.7.3. Muestra	63
3.8. PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	65
3.8.1. Procedimiento	65
3.8.2. Técnicas	66
3.8.3. Instrumentos	67
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	68
4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	68
4.2. DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	68
4.3. RESULTADOS	69
4.3.1. Resultados de la variable <i>motivación del personal</i> , por dimensiones.	69
4.3.2. Resultados de la variable <i>Responsabilidad social empresarial</i> .	75
4.4. PRUEBA ESTADÍSTICA	80
4.4.1. Nivel de percepción de <i>motivación del personal</i>	80

4.4.2. Nivel de percepción de la <i>responsabilidad social empresarial</i>	81
4.4.3. Correlación entre dimensiones de variables	82
4.5. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	83
4.5.1. Comprobación de primera hipótesis específica,	83
4.5.2. Comprobación de segunda hipótesis específica,	87
4.5.3. Comprobación de tercera hipótesis específica,	89
4.5.4. Comprobación de hipótesis general,	91
4.6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	93
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	99
PROPUESTA DE MEJORAS	100
REFERENCIAS	101
APENDICE	106
Matriz de consistencia	106
Instrumentos utilizados.	107
Matriz de datos.	109

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b>	44
<i>Dimensiones de motivación del personal</i>	
<b>Tabla 2:</b>	52
<i>Dimensiones del modelo RSE</i>	
<b>Tabla 3:</b>	53
<i>Empresas del rubro confecciones textiles en Tacna</i>	
<b>Tabla 4:</b>	58
<i>Variable independiente e indicadores</i>	
<b>Tabla 5:</b>	59
<i>Resumen de indicadores <math>V_i(X)</math>, ítems y puntuación</i>	
<b>Tabla 6:</b>	59
<i>Significado de respuestas de indicadores <math>V_i(X)</math></i>	
<b>Tabla 7:</b>	60
<i>Variable dependiente e indicadores</i>	
<b>Tabla 8:</b>	61
<i>Resumen de indicadores <math>V_D(Y)</math>, ítems y puntuación</i>	
<b>Tabla 9:</b>	61
<i>Significado de respuestas de indicadores <math>V_D(Y)</math></i>	
<b>Tabla 10:</b>	69
<i>Frecuencias por respuestas de la dimensión Compromiso</i>	
<b>Tabla 11:</b>	71
<i>Frecuencias por respuestas de la dimensión Identificación</i>	

<b>Tabla 12:</b>	73
<i>Frecuencias por respuestas de la dimensión Entusiasmo</i>	
<b>Tabla 13:</b>	75
<i>Frecuencias por respuestas de la dimensión Económica</i>	
<b>Tabla 14:</b>	77
<i>Frecuencias por respuestas de la dimensión Gobierno de la empresa</i>	
<b>Tabla 15:</b>	78
<i>Frecuencias por respuestas de la dimensión Relación con la comunidad</i>	
<b>Tabla 16:</b>	80
<i>Nivel de motivación del personal</i>	
<b>Tabla 17:</b>	81
<i>Nivel de percepción de responsabilidad social empresarial</i>	
<b>Tabla 18:</b>	82
<i>Correlación por dimensiones de variables</i>	
<b>Tabla 19:</b>	83
<i>Promedios por expresiones de dimensiones de variable Motivación del personal</i>	
<b>Tabla 20:</b>	83
<i>Promedios por dimensiones de variables</i>	
<b>Tabla 21:</b>	84
<i>Prueba de Normalidad para dimensión Compromiso</i>	
<b>Tabla 22:</b>	84
<i>Prueba de Normalidad para variable Responsabilidad social empresarial</i>	
<b>Tabla 23:</b>	87
<i>Prueba de Normalidad para dimensión Identificación</i>	
<b>Tabla 24:</b>	89
<i>Prueba de Normalidad para Entusiasmo</i>	
<b>Tabla 25:</b>	91
<i>Prueba de Normalidad para variable motivación del personal</i>	

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b>	
<i>Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Compromiso</i>	70
<b>Figura 2:</b>	
<i>Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Identificación</i>	72
<b>Figura 3:</b>	
<i>Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Entusiasmo</i>	74
<b>Figura 4:</b>	
<i>Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Económica</i>	76
<b>Figura 5:</b>	
<i>Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Gobierno de la empresa</i>	77
<b>Figura 6:</b>	
<i>Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Seguridad y empatía</i>	79
<b>Figura 7:</b>	
<i>Gráfico de histograma para dimensión Compromiso</i>	84
<b>Figura 8:</b>	
<i>Gráfico de histograma para Responsabilidad social empresarial</i>	85
<b>Figura 9:</b>	
<i>Gráfico de histograma para Identificación</i>	87
<b>Figura 10:</b>	
<i>Gráfico de histograma para Entusiasmo</i>	89
<b>Figura 11:</b>	
<i>Gráfico de histograma para motivación del personal</i>	91

## ÍNDICE DE APÉNDICES

Matriz de consistencia	106
Instrumentos utilizados.	107
Matriz de datos.	109

## RESUMEN

La investigación buscó determinar la relación de la variable Motivación del personal y la gestión de la responsabilidad social en el ámbito de la micro y pequeña empresa del rubro de confección textil, en Tacna, año 2019; de manera transaccional y enfoque mixto. La población fue 211 microempresas del rubro y n=83. El análisis se hizo por indicadores, dimensiones y variables; los promedios generales se referenciaron con la escala de interpretación y determinó que los usuarios perciben el nivel de motivación del personal como alto y la gestión de la responsabilidad social como regular. La contrastación de hipótesis específicas demostró: i) la relación del compromiso con la responsabilidad social de la micro y pequeña empresa del rubro de confección textil, en Tacna, año 2019, no es significativa; ii) la relación de la identificación con la responsabilidad social de la micro y pequeña empresa del rubro de confección textil, en Tacna, año 2019, no es significativa; iii) la relación del entusiasmo con la responsabilidad social de la micro y pequeña empresa del rubro de confección textil, en Tacna, año 2019, no es significativa. La contrastación de hipótesis general demostró que la relación de la motivación del personal y la responsabilidad social de la micro y pequeña empresa del rubro de confección textil, en Tacna, año 2019, no es significativa. El análisis de relaciones entre dimensiones de variables, permitió recomendar se refuerce comportamientos altos como la dimensión gestión del compromiso de la variable motivación del personal; y, gestión del gobierno de la empresa de la variable responsabilidad social empresarial.

**Palabras clave:** Motivación del personal, responsabilidad social empresarial, gestión del compromiso, gobierno de empresa.

## ABSTRACT

The research sought to determine the relationship between the variable Motivation of the staff and the management of social responsibility in the field of micro and small companies in the field of textile manufacturing, in Tacna, year 2019; transectional way and mixed approach. The population was 211 microenterprises of the item and n=83. The analysis was done by indicators, dimensions and variables; the general averages were referenced with the interpretation scale and determined that the users perceive the level of motivation of the staff as high and the management of social responsibility as regular. The contrast of specific hypotheses showed: i) the relationship of the commitment with the social responsibility of the micro and small companies in the textile manufacturing sector, in Tacna, year 2019, is not significant; ii) the relationship of identification with the social responsibility of micro and small companies in the textile manufacturing sector, in Tacna, year 2019, is not significant; iii) the relationship of enthusiasm with the social responsibility of micro and small companies in the textile manufacturing sector, in Tacna, year 2019, is not significant. The general hypothesis test showed that the relationship between the motivation of the staff and the social responsibility of the micro and small companies in the textile manufacturing sector, in Tacna, year 2019, is not significant. The analysis of the relationships between the dimensions of the variables made it possible to recommend that high behaviors be reinforced, such as the commitment management dimension of the staff motivation variable; and, company governance management of the corporate social responsibility variable.

**Keywords:** Staff motivation, corporate social responsibility, commitment management, corporate governance.

## INTRODUCCIÓN

La investigación se planteó como problema general ¿De qué manera es la relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna año 2019?; y, como Hipótesis general: La relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

El presente trabajo de investigación está estructurado en cuatro capítulos: El primero referido al Problema de investigación; el segundo capítulo, contiene el Marco teórico que fundamenta el estudio; el tercero presenta el Marco metodológico; el cuarto contiene los Resultados.

Finalmente, se consideran las conclusiones, recomendaciones, igualmente se consigna las referencias bibliográficas, la matriz de consistencia, instrumentos, y base de datos que dieron lugar al análisis estadístico en la presente investigación.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

Es muy dinámico el entorno empresarial y social en el cual se desarrollan las actividades económicas y de finanzas de las organizaciones empresariales y de todo tipo de emprendimientos naturales con algún tipo de negocio. En la actualidad es preocupación de emprendedores y gestores de empresas dominar información sobre el diseño de políticas y objetivos estratégicos para hacer operativas en un ambiente de respeto y convivencia armoniosa con el medio ambiente, según lo cual debe incorporarse a las decisiones de empresa, además de lo económico, aspectos de carácter social y ambiental; a efecto que los niveles de colocaciones de productos resulten en niveles de rentabilidad óptimos, con alta productividad, y estables en condiciones normales de mercado.

Algunos fenómenos que condicionan el desarrollo de las actividades económicas provienen del entorno como la globalización de la economía que dado su contexto internacional integra actividades empresariales con los clientes a través de mayores y mejores niveles de información, los mismos que están a disposición de los potenciales compradores generando distintos comportamientos que inciden en los aspectos de crecimiento económico y de respeto al entorno social en la Región Tacna. Existen varios factores que, aunque es muy baja su perceptibilidad si se afectan el desarrollo de actividades de los negocios. Lo cual se refleja en la capacidad de incrementar valor; así, en la Región Tacna, se puede observar el aspecto de la transculturalidad, que trae subyacentemente diversos

niveles y tipos de gusto por productos, manifestaciones peculiares de la preferencia por algún tipo de producto, comportamientos y expresiones emotivas; que configuran y condicionan la oferta y la demanda de los productos en el mercado local.

También, como efecto de la presencia de distinto oferentes de productos textiles se presenta el concurso de factores como atributos que deben adecuarse a mercados más amplios.

Desde una perspectiva mercadológica es posible vislumbrar el escenario en el cual se despliegan los comportamientos básicos en torno a la naturaleza de la presente investigación, y según lo cual, dado un mercado cada vez más amplio y con mayores exigencias, existe una creciente presión a que la oferta de productos se adecúe a la actuación con respeto al entorno social y medio ambiental en una directa relación con el comportamiento de la demanda.

Los aspectos que configuran determinado nivel de competitividad de los sectores económicos, sobre todo en el sector confecciones textiles, se caracteriza por la eficacia de los esfuerzos de la gestión gerencial para motivar al recurso humano para que pueda asumir con entusiasmo el desafío de un contexto operativo diseñado para lograr resultados importantes para la empresa a partir de comportamientos con alta contribución productiva y con responsabilidad social y medio ambiental.

La micro y pequeña empresa del rubro confección textil en Tacna son 372, según padrón de la DIREPRO Tacna; y, desarrollan sus actividades en condiciones aparentemente favorables a partir de la complementación de la calidad de la materia prima y competencias técnicas del recurso humano haciendo un match comercial con la necesidad de clientes por productos textiles diferenciados

por calidad y precio atractivo, de las ciudades de Moquegua y Tacna y algunos clientes procedentes de la ciudad de Arica - Chilenos por el diferencial cambiario; sin embargo sus procesos y ciclo productivo, aparentemente, no formaliza la internalización de la RSE pese a que sus actuaciones son acorde a respetos exigidos por este enfoque empresarial.

Datos estadísticos del INEI (2017) indican que el de manera aproximada el 77.9% de la población de 14 a más años, sobre todo en la ciudad de Lima, tiene una actividad laboral que le genera algún tipo de ingreso económico de tipo formal e informal diferenciados por las regulaciones contractuales, de salud y seguridad; sueldo justo, capacitaciones. Lo cual incide en que el ambiente laboral tenga cierto nivel de aceptabilidad. Suena utópico, pero, los trabajadores felices son potencialmente más productivos; ello debido a que siempre que en un ambiente de trabajo donde los trabajadores se sientan alegres y entusiastas la contribución productiva individual y los resultados será alta; es decir, un ambiente laboral tiene alto potencial motivador y no solo se beneficia al trabajador con comodidades sino también la empresa debido a que los empleados desarrollarán sus actividades en un entorno de predisposición a la productividad.

## **1.2 formulación del problema**

### **1.2.1. Interrogante principal**

¿De qué manera es la relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles en la Región Tacna, año 2019?

### **1.2.2. Interrogantes secundarias**

**Primera:**

¿De qué manera es la relación del Compromiso y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019?

**Segunda:**

¿De qué manera es la relación de la Identificación y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019?

**Tercera:**

¿De qué manera es la relación del Entusiasmo y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles en la Región Tacna, año 2019?

### **1.3. Justificación de la investigación**

En el contexto de las actividades económicas es conocida la importancia de los recursos humanos identificados con los objetivos de la organización como medio para acumular capital humano cuyo potencial aporte pueda contribuir a la generación de valor para la organización; a partir de comportamientos de factores que predisponen a cierto nivel de calidad de los procesos operativos en los que la base fundamental de los resultados están condicionados por las capacidades y motivaciones del recurso humano; en esa línea, la literatura permite disponer de instrumentos para obtener datos y desarrollar un estudio sobre la incidencia de la

motivación del recurso humano en aspectos tan importantes post modernidad como es la gestión empresarial con responsabilidad social.

Sin embargo, dada la frondosa existencia de distintas realidades empresariales, la relación de la motivación intrínseca del recurso humano y la actuación empresarial con responsabilidad social, sobre todo en el rubro de confecciones textiles, en la Región Tacna, se constituye en una situación que crea una connotación de desconocimiento sobre incidencia de los factores intervinientes en los procesos en los de la gestión empresarial respecto del juicio de valor de los clientes a través de determinado nivel de percepción de actuaciones características. Por tanto, el estudio encuentra justificación en la necesidad de conocer cómo dichos factores afecta, de manera indirecta, el desarrollo empresarial en un contexto post paradigma de la modernidad, expresado en sus clientes.

En el mismo sentido, la investigación permitirá aportar a facilitar se puedan plantear y diseñar nuevas líneas de investigación; a efectos de incrementar fuente de conocimiento sobre los aspectos de motivación intrínseca del personal y cómo inciden en la gestión empresarial con responsabilidad social y sus potenciales maneras de complicar el desempeño de las empresas (Mype) textiles en Tacna, desde la perspectiva de los clientes respecto de organizaciones económicas que ofrece productos para satisfacer la demanda de clientes en términos de calidad; con lo cual se podrá diseñar intervenciones para atenuar las implicancias y las repercusiones negativas de procesos vinculados a la gestión empresarial de las empresas textiles de Tacna; y, mejorar la capacidad de contribución productiva de los recursos humanos bajo el enfoque de responsabilidad social.

Desde la objetividad práctica, los clientes se constituyen como el grupo de mayor interés para el estudio de la gestión empresarial en función a que ellos perciben el comportamiento interno de los procesos de la organización dado el

enfoque de valor mutuamente favorable, lo cual implica, además, la posibilidad de contribuir al desarrollo de la sociedad.

En este sentido, se hace el planteamiento de la presente investigación a efectos de conocer la relación existente entre los factores que intervienen en la motivación intrínseca del recurso humano y la actuación con responsabilidad social empresarial de las empresas del rubro de confecciones textiles en la Región Tacna, bajo un enfoque de valor sobre los niveles de percepción de los clientes en un periodo transversal que corresponde al 2019; dada la situación de pleno mercado en ese periodo. En el estudio se analizará la asociación estadística entre factores que condicionan la motivación intrínseca del recurso humano y la función gerencial en un entorno de responsabilidad social; a partir de expresiones de los clientes medidos como percepciones.

#### **1.4. Objetivos de la investigación**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar de qué manera es la relación de la motivación del personal; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

###### **Primero:**

Describir de qué manera es la relación del Compromiso; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.

**Segundo:**

Describir de qué manera es la relación de la Identificación; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.

**Tercero:**

Describir de qué manera es la relación del Entusiasmo; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

De la revisión de la literatura publicada, respecto de la materia de la presente investigación, se han encontrado trabajos cuyas conclusiones son útiles para mejor entender y cuya procedencia tienen carácter nacional e internacional.

#### **2.1.1. Antecedentes Internacionales:**

Cadena, E. (2019), presentó la Tesis “La motivación y su relación con el desempeño laboral en la Empresa ENVATUB S.A. de la provincia de Pichincha”, para optar título de Psicóloga Organizacional.

Se planteó como foco de su investigación analizar la relación entre la motivación y el desempeño laboral en los operarios de la empresa ENVATUB S.A. de la Provincia de Pichincha. El estudio fue de enfoque cuantitativo, de tipo no experimental con corte transversal y alcance descriptivo y correlacional.

El despliegue metodológico y análisis estadístico permitió encontrar que los trabajadores mantienen las necesidades de protección y seguridad, de autoestima y autorrealización en un rango medio mientras que las necesidades sociales y de pertenencia manifiestan un rango bajo; con respecto al

desempeño laboral en la evaluación de desempeño por competencias, el personal presentó un alto rango en la competencia de la calidad del trabajo y un rango regular en las competencias liderazgo y trabajo en equipo.

Al cerrar su trabajo, la autora concluye que sí existe una posible relación entre la motivación y el desempeño laboral.

En esta línea, Macías, E. & Vanga, M. (2020) presentaron el Artículo científico de investigación “Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional”; aplicado a los docentes de la carrera de Ingeniería Civil en la Universidad Técnica de Manabí.

La parte sustancial de la investigación se orientó a hacer un diagnóstico situacional basado en los docentes de la carrera de Ingeniería Civil de la Universidad Técnica de Manabí. La metodología consideró una investigación de campo, con enfoque cuantitativo y muestreo censal y aplicación de un cuestionario. Luego del análisis estadístico se obtuvo como resultados que hay deficiencias asociadas al clima organizacional, pero que estas no influyen en la motivación de los trabajadores.

Al concluir su trabajo, los investigadores mencionan que, los diagnósticos realizados a las organizaciones deben servir de insumos para la elaboración de planes de mejora que se centren en los aspectos desfavorables encontrados.

De igual modo, Quezada, M. & Torres, T. (2017), presentaron el Artículo científico de investigación “Representaciones sociales de la motivación laboral y la productividad de los trabajadores de la salud, La Piedad, Michoacán, México”; centrando la atención de la investigación en Analizar las representaciones sociales de la motivación laboral y la

productividad de los trabajadores de la salud de La Piedad, Michoacán, México.

El estudio utilizó la modelación de estructura de las representaciones sociales y el contenido de las representaciones sociales; con enfoque cualitativo. Luego del despliegue metodológico y análisis de datos obtenidos, 40 trabajadores de la salud a través de listados libres. Los resultados indicaron que las representaciones sociales de la motivación laboral hacen énfasis en el respeto, el reconocimiento, el buen entorno laboral y la satisfacción del trabajador para el buen desempeño laboral. Las representaciones sociales de productividad incluyen aspectos relacionados con la organización de la institución, el cumplimiento de metas, el desarrollo de capacidades y habilidades, y los valores personales, para aspirar a un mejor puesto, con mejores salarios y prestaciones.

Al concluir menciona que resulta necesaria una intervención para mejorar el clima laboral en la institución.

Asimismo, Aguirre, E.; Calvache, M. & Osejo, D. (2019), presentaron el Artículo científico de investigación “Prueba Psicométrica MEIL: Motivación Extrínseca e Intrínseca en el Contexto Laboral”; planteándose como objetivo la creación de un instrumento psicométrico para medir la motivación extrínseca e intrínseca en un contexto laboral, llamado MEIL.

El estudio es cuantitativo, de enfoque empírico – analítico, de tipo descriptivo e instrumental, y de diseño no experimental de corte transversal, aplicado a una muestra de 265 docentes universitarios.

Luego del análisis de datos se obtuvo como resultado final las propiedades psicométricas del instrumento y la confiabilidad del constructo con Alfa de Cronbach excelente.

Al culminar su trabajo, mencionan entre otras conclusiones que, el instrumento MEIL mide satisfactoriamente la variable motivación.

Por su parte, Peña, H. & Villón, S. (2018) presentaron el Artículo científico de investigación “Motivación laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional”. Se plantearon como núcleo sustancial de la investigación, analizar la influencia de la motivación en el talento humano y determinar los factores que tienen mayor impacto en el desempeño laboral.

Se trata de un estudio con metodología hermenéutica, utiliza la revisión bibliográfica-documental acerca de la motivación laboral luego del análisis documental obtuvieron como resultado que, un empleado motivado brindará a la empresa un mejor desempeño, desarrollará sentido de pertenencia, fidelidad a lo que hace, reflejando como consecuencia beneficios tanto para la empresa como para los empleados.

Al cerrar su trabajo los autores concluyeron que el comportamiento de un empleado en la organización, depende de los factores motivacionales que se apliquen a fin de satisfacer sus necesidades básicas como son las buenas relaciones laborales, la satisfacción laboral, clima laboral positivo y los resultados de la satisfacción laboral.

En el mismo sentido, Burga, G. & Wiese, S. (2018), presentaron la Tesis “Motivación y desempeño laboral del personal administrativo en una Empresa Agroindustrial de la región Lambayeque”; tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Formación Directiva y Gobierno de las Personas.

El sentido sustancial de la tesis se centró en Describir la motivación y el desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la Región Lambayeque. La metodología consideró la aplicación del Método Paradigma positivista con enfoque cuantitativo y la

aplicación de una encuesta auto aplicada con abordaje transversal descriptivo; a una población conformada por 17 trabajadores administrativos.

Luego del despliegue metodológico, el análisis de datos permitió obtener como resultado que, al medir el coeficiente de correlación de Pearson aplicado a ambas variables de estudio, motivación y desempeño laboral, el resultado es significativo ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto, existe relación significativa de grado moderado ( $r = 0.604$ ).

Al terminar su Tesis, los autores concluyeron que el tener una alta motivación también ha permitido a la empresa lograr un adecuado desempeño laboral para bien propio y de sus trabajadores, en términos de productividad y eficiencia.

En el ámbito de la Responsabilidad Social, Buitrago, J. (2021) presentó el Artículo científico de investigación “La comunicación corporativa de la responsabilidad social empresarial (RSE): el caso de las empresas de la provincia Sabana Centro de Cundinamarca, Colombia”

Se planteó como aspecto central de la investigación, analizar el uso del portal web y las redes sociales para la comunicación corporativa de la responsabilidad social empresarial (RSE) por parte de las empresas localizadas en la provincia Sabana Centro del departamento de Cundinamarca.

La metodología se diseñó de tipo exploratoria con enfoque cualitativo y técnica de análisis de contenido para la revisión de portales web corporativos y redes sociales aplicado a 369 empresas. Luego del despliegue metodológico, el autor, pudo concluir que las empresas grandes y medianas superan ampliamente a las micro y pequeñas en hacer uso de dichos medios para comunicar sus acciones de RSE; sin embargo, en términos globales, el

porcentaje de comunicación de esta temática es bajo en todas las empresas, independientemente de su tamaño.

Por su parte, Bom, Y. (2021) presentó el Artículo científico de investigación “Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial” elaborado en el marco de las directrices desde el Grupo de Investigación de Mercadeo de la Universidad de Manizales, con el proyecto “Industria 4.0 y su relación con los ODS”.

Siendo el objetivo de investigación identificar las características de la responsabilidad social empresarial en la gestión empresarial. El tipo de investigación es descriptiva con un enfoque cualitativo. Luego de la revisión bibliográfica y entrevistas a 20 emprendedores de la Ciudad de Manizales en Colombia, se obtuvo que, como resultados se comprobó que las visiones de la Responsabilidad Social Empresarial coexisten, diferenciándose tanto en su perspectiva como en sus beneficios y sostenibilidad.

Al cerrar su trabajo, el autor concluyó que, el seguimiento continuo, las auditorias, así como las evaluaciones externas garantizarán que las empresas asuman la responsabilidad social como una forma de hacer negocio.

Asimismo, Lara, I. & Sánchez, J. (2020), presentaron el Artículo científico de investigación “Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México”.

Plantearon su objetivo de investigación para analizar la responsabilidad social empresarial como un elemento que propicie la competitividad en una organización, así como identificar el grado en que la realidad en México se ajusta a los planteamientos plasmados a través de la teoría.

El diseño metodológico se desarrolló en base a la literatura existente con diferentes visiones empresariales y la manera en que se pueden adaptar a la consecución de beneficios sociales dentro de la organización. Ello permitió obtener como resultado que, la responsabilidad social en México es un elemento que genera beneficios a largo plazo para la organización, entre ellos el aumento de la competitividad debido a una mayor rentabilidad, mejor imagen de marca y mejor relación interna de la empresa.

De igual forma, Enciso, S.; Ruíz, L. & Camargo, D. (2020), presentaron el Artículo científico de investigación “Responsabilidad social empresarial como determinante de la intención de compra del consumidor: un análisis mediante modelamiento con ecuaciones estructurales”; para la Universidad Militar Nueva Granada – Colombia.

Se plantearon como objetivo de investigación analizar la relación existente entre las tres dimensiones de la RSE y su influencia en la intención de compra de los consumidores. El diseño metodológico consideró la aplicación de 107 encuestas en línea autoadministradas, obteniendo 20 variables observables, 3 variables latentes endógenas y 1 exógena; para lo cual. La apoyándose en ecuaciones estructurales. Los resultados sugieren que las actividades de RSE que hace una organización y que están relacionadas con asuntos sociales, ambientales y económicos se asocian positivamente con la intención de compra.

Al cierre de su trabajo, efectúan la atingencia que la relación con la dimensión económica no es tan fuerte como con las dos primeras.

En esta línea Pitre, R.; Hernández, H. & Orozco, B. presentaron el Artículo científico de investigación “Responsabilidad social empresarial como

factor de cambio de la gestión empresarial”; para Universidad Libre, Barranquilla, Colombia.

El foco central de la investigación fue analizar cómo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede ser una herramienta de utilidad para la construcción de una nueva forma de gestión empresarial, facilitadora de la creación de valor y mecanismo para fomentar relaciones redituables en lo económico, social y ambiental. Los resultados indican que el éxito organizacional no debe cimentarse sobre los principios tradicionales, sino que deben anclarse a procesos que desde la gestión empresarial estimulen componentes como la innovación de productos y servicios, generando de esta manera un escenario de desarrollo sostenible que finalmente se vea soportado por el crecimiento en el mediano y largo plazo.

Al concluir su investigación mencionan que la RSE es una política que contribuye a la transformación de la gestión, contribuyendo a crear escenarios de mayor competitividad y productividad.

Finalmente, Muñoz, N.; Ruíz, L. & Camargo, D. (2020) presentaron el Artículo científico de investigación “Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura”; para el proyecto de investigación INV-ECO-2582 de la Universidad Militar Nueva Granada – Bogotá, Colombia.

Su planteamiento consideró como objetivo identificar en los hallazgos de 57 investigaciones, la relación existente entre acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y rentabilidad de las empresas. Luego del desarrollo metodológico obtuvieron entre otros resultados que, existen relaciones de tipo positiva, negativa y neutral, en donde predomina la positiva, la cual no depende del enfoque metodológico con el que se hizo la investigación.

Al concluir indican que con su trabajo aportan información para los tomadores de decisión al momento de implementar o desarrollar modelos de gestión de RSE.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales:**

Moreno, M. & Morales P. (2018), presentaron la Tesis “Incidencia de la gestión gerencial en la calidad de servicios de salud en la Red de Salud Otuzco, 2017”; para obtener el Grado Académico de Maestra en Gestión Pública. Universidad César Vallejo.

Se plantearon como parte sustancial de su tesis determinar la incidencia de la gestión gerencial en la calidad de los servicios de salud en la Red de Salud Otuzco, 2017. La metodología consideró el tipo de estudio no experimental, de diseño correlacional, causal de corte transversal y una muestra de 80 servidores; aplicándose dos cuestionarios confiables y debidamente validados.

El desarrollo metodológico permitió obtener como resultados que entre la variable gestión gerencial y calidad de los servicios de salud en la Red de Salud Otuzco, existe una correlación causal directa altamente significativa al nivel 0.01 (bilateral) debido a que el coeficiente de Spearman es ,599 y un sig (bilateral) de ,000.

Al concluir su trabajo, indican que, al aprobar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula se infiere que el nivel que predomina en la gestión gerencial en la Red de Salud Otuzco, 2017 es bueno con un 68.8%. Asimismo, el nivel de calidad de los servicios de salud es también bueno con el 76.3%.

En esta línea, Miranda, M. (2018), presentó el Trabajo de suficiencia profesional “Ambiente laboral y motivación del personal en empresas aseguradoras de Lima metropolitana”; para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas.

La parte sustantiva del trabajo se planteó para reconocer la relación entre la motivación y el ambiente laboral en agencias comerciales de una aseguradora. La parte metodológica consideró la investigación no experimental de modelo transversal, de enfoque cuantitativo y nivel relacional. La población fue 3000 empleados en la región Lima y se utilizó una muestra por conveniencia de 31 empleados de la sede de San Isidro; aplicándose encuestas validadas por juicio de experto. El despliegue metodológico permitió obtener como resultado que, el ambiente donde se trabaja tiene mucha importancia en el desempeño de las personas, a pesar de que había un problema con la motivación, las personas involucradas aún se sentían cómodas con las relaciones creadas dentro de la organización, lo cual ayuda al desempeño de sus tareas.

Al cerrar su trabajo, considera como conclusión principal que, el ambiente laboral sí tiene mucha importancia para la organización, es lo que da estabilidad al trabajo de cada colaborador y lo hace más productivo ya que se encuentra cómodo, pero si a esto le sumamos un plan motivacional, los resultados podrían mejorar.

En el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial, Stuart, N. & Aráuz, A. (2016) presentaron Artículo científico de investigación “La responsabilidad social empresarial: herramienta estratégica para la competitividad de las Pymes de la cadena de valor de la gran empresa del rubro textil”; para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El foco de la investigación se centró en demostrar que la responsabilidad social es una herramienta estratégica de la gran empresa del sector textil y confecciones y que, aplicada a las pymes dentro de su cadena de valor, incrementará el nivel de competitividad en conjunto. El diseño metodológico considera que el universo de investigación está compuesto por todas las pymes del rubro textil y confecciones en Gamarra (La Victoria) de 552 pymes, la muestra se determinó de forma estadística igual a 131 pymes textiles, de manera no probabilístico, por cuotas o accidental.

Al concluir considera que, es la gran y mediana empresa la llamada a incluir a las pymes en los proyectos y actividades mencionados ya que dada la capacidad financiera de las pequeñas empresas frente a los costos en capacitación y certificación no sería viable el modelo de RSE. El modelo propuesto de RSE es la conformación de alianzas estratégicas entre las grandes empresas y las pymes relacionadas con su cadena de valor. Esta alianza supondrá un beneficio mutuo y permitirá el aumento de la competitividad de ambas empresas por la vía de la introducción de mejoras con un enfoque RSE en alguna de las siguientes áreas: (i) gobierno de la empresa (ética y transparencia); (ii) gestión de los recursos humanos (calidad de vida laboral); (iii) relación con el cliente a través de políticas de calidad, de producto y de atención al cliente; (iv) relación con proveedores; y (v) relación con la comunidad (Stuart et al., 2016, p. 58).

En la misma línea, Sánchez, J.; Seminario, A. & Oruna, A. (2021) presentaron el Artículo científico de investigación “Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros”.

Para su investigación se plantearon como objetivo, determinar la relación entre la responsabilidad social y la gestión de calidad en una empresa peruana de seguros. El diseño metodológico consideró un enfoque

cuantitativo, diseño no experimental y de alcance transversal. Se encuestaron a 331 colaboradores en la ciudad de Lima. Luego del despliegue metodológico.

Los resultados evidencian que la empresa apoya a las comunidades menos privilegiadas en campañas de salud y nutrición a través de colaboradores voluntarios de los programas de responsabilidad social empresarial que contribuyen al cuidado del medio ambiente.

Al cerrar la investigación, concluyen que, existe una relación significativa entre las variables estudiadas; sin embargo, la alta dirección de la empresa aseguradora es consciente de que aún falta trabajar en la gestión del conocimiento y estrategias para conseguir la participación de sus colaboradores y proveedores en las labores de responsabilidad social

Finalmente, Sánchez, E. & Soto, G. (2020) presentaron el Trabajo de investigación “Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de su aplicación en Pequeñas y Medianas empresas peruanas”, para obtener el grado académico de Bachillera en Gestión. Pontificia Universidad Católica del Perú.

El objeto central de la investigación es identificar las características y los factores que facilitan o dificultan la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial - RSE en las pequeñas y medianas empresas peruanas. La metodología considera la revisión documental, de estudios y casos internacionales sobre la aplicación de RSE en PyMEs, de estudios empíricos nacionales sobre la aplicación de la RSE en las pequeñas y medianas empresas, y la verificación de las prácticas de RSE desarrolladas en los reportes del Global Reporting Initiative (GRI) de diez (10) PyMEs peruanas.

Al concluir su trabajo, entre otras conclusiones los autores mencionan que, la aplicación de la RSE en las PyMEs peruanas, al igual que en otros países, se caracteriza por: desarrollar más prácticas a nivel de dimensión

interna de las empresas, sobre todo las relacionadas con la gestión de recursos humanos y gestión ambiental.

### **2.1.3. Antecedentes Locales:**

En el ámbito local, Bernal, J.; Leo, E. & Navarrete, M. (2019), presentaron el Artículo científico de investigación “Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores”

El foco sustancial de la investigación se centró en determinar de qué manera influye la RSE en el comportamiento de compra de los consumidores de servicios hoteleros en la ciudad de Tacna, determinando la valoración que posee el consumidor y los factores que influyen en su decisión de compra.

El diseño metodológico consideró entrevistas y un grupo de expertos para desarrollar el contexto del sector y dos tipos de cuestionarios, uno aplicado a las empresas hoteleras y el otro aplicado a los huéspedes del mismo. Dicho desarrollo permitió que, los autores, concluyan que existe relación entre la RSE y el comportamiento de compra de los consumidores de los servicios hoteleros de Tacna, tanto en el ámbito económico, como legal, ético y filantrópico.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. La motivación del personal**

Las definiciones sobre la motivación se han desarrollado desde diversas disciplinas tales la psicología clínica, la administración, la ingeniería industrial, la salud, la docencia, entre otras. Ese tránsito permitió distinguir periodos asociados a la conceptualización característica de periodos de crecimiento económico de las sociedades que impulsaron cambios radicales a nivel mundial; “desde el concepto netamente sistemático de la revolución industrial hacia los conceptos enfocados en una dimensión humana cuyas consecuencias no son exclusivamente externas; tienen puntos de partida diferentes, pero todas están dirigidas al logro de metas” Burga et. al. (2018, p. 21); incluyendo la época post modernidad, en la cual la industria 4.0 ha impregnado nuevas formas de estudiar, analizar y aplicar la utilidad de la motivación del capital humano a la generación de valor de las organizaciones, en tiempo real.

Desde el punto de vista de la psicología clínica, puede explicarse que la motivación del personal puede estudiarse como un ciclo dinámico con potencialidad para generar contribuciones a la organización; el cual inicia con una etapa caracterizada por la carencia o falencia de algo material o subjetivo cuya intensidad es capaz de condicionar determinado comportamiento, del individuo.

Dado que al aparecer e identificarse una necesidad se produce una alteración del equilibrio orgánico generándose niveles de tensión, baja o nula satisfacción, baja o nula comodidad con objetos o situaciones del entorno. Esos estados presionan a la persona a reaccionar con determinados comportamientos en búsqueda de atenuar la tensión o de eliminar la condición que ha generado incomodidad y desequilibrios; lo que implica que “si el comportamiento es eficaz, el individuo encontrara la satisfacción a su necesidad y, por tanto, la

descarga de la tensión producida por ella. Satisfecha la necesidad, el organismo vuelve a su estado de equilibrio anterior, a su adaptación al ambiente” León (2017, p. 33); surgiendo, entonces los satisfactores tangibles o intangibles que han de auxiliar al organismo para atenuar o eliminar la condición de insatisfacción; y, ese momento es la oportunidad de la organización para orientar al colaborador hacia los objetivos corporativos.

Para lo cual será muy importante conocer el orden de las necesidades como lo menciona Linares (2017) citando a Maslow (1997, p. 54) “el ser humano tiene necesidades que satisfacer, para ello debe ordenarlas para poder satisfacerlas. Existen cinco necesidades que se consideran primordiales Como lo son: las fisiológicas, seguridad, amar, estima, autorrealización” (p. 26)

Las necesidades, entonces, participan como condicionantes para determinados comportamientos. Al interior de la organización dichas necesidades potenciarán el desempeño del colaborador, por tanto un enfoque teórico debe eslabonar la productividad con la tensión del personal respecto de la satisfacción de sus necesidades intrínsecas y las que se vinculan al ambiente laboral; en esa línea Cadena (2019) citando a Chiavenato (2009, p. 237) refiriéndose al esfuerzo de la organización para generar un cambio cualitativo desde la motivación como “un proceso que comienza con una deficiencia fisiológica o psicológica, o con una necesidad que activa un comportamiento o un impulso orientado hacia un objetivo o incentivo” (p. 8); lo cual, además, contiene un conjunto de etapas que guían por reacciones internas del individuo, el curso y la persistencia de sus esfuerzos y la intensidad con que se ejecutan dichos esfuerzos productivos.

La escala de Motivación de A. Maslow, mencionada ampliamente por diversos autores encuentra complemento y adaptaciones en otra teoría motivacional; Cubas (2016) citando la Teoría del factor dual de Herzberg indica

que los factores en que se descompone el proceso motivacional son factores higiénicos y factores motivacionales. El primer grupo son de tipo externo, a la función que desempeñan los colaboradores, pero generan insatisfacción. Al compensar con estímulos dichas necesidades no se garantiza que el personal incremente el esfuerzo sobre su contribución productiva, pero si logra otorgarles sentimiento de comodidad. El segundo grupo se asocia a las funciones que desempeña el personal e influye decisivamente en la motivación de los mismos. El grupo de factores higiénicos se asocia a la parte fisiológica, básicas y de seguridad de la escala de Maslow; mientras que los factores motivacionales se asocian a los niveles más altos, de dicha escala (p. 26)

En el ámbito laboral, en estricto, los autores coinciden en que la actuación de la motivación asume el desafío de “cumplimientos de metas laborales dentro de una organización, ya que el ser humano está impulsado de diferentes formas, ya sea por el logro profesional o por un incentivo de tipo económico lo cual refuerza a la conducta” Carhuacuma (2021, p. 25); implicando que, el proceso motivacional contiene factores inherentes a la conducta humana que impulsa a un individuo a desarrollar funciones con desempeños específicos.

A efectos de abundar en la fuente desarrollada respecto a la motivación laboral, desde diversos enfoques se puede mencionar el acopio bibliográfico considerado por Chiroque (2020) “Csikszentmihayli (Teoría del flujo), Navarro y Quijano (Teoría de la complejidad); Navarro, Arrieta y Ballen (Dinámica de la motivación laboral). Katz y Kahn (la motivación en el comportamiento organizacional), Shein (Teoría del Hombre Complejo), Skinner (Teoría del reforzamiento)” (p. 20); teniendo como factor concurrente, lo dinámico de los conceptos que intervienen en procesos motivacionales de distintos contextos; en los que prima la explicación al logro de mejores desempeños de la productividad a partir de la contribución de los colaboradores.

La motivación del personal antes que una función debe ser vista como un objetivo estratégico, de la organización, para la creación de valor; ello en la búsqueda de consolidar la formación de capital humano que contribuya con el nivel de competitividad deseado por la organización; en ese sentido Jiménez (2020) citando a Münch & Patiño (2010) al referirse a la relación de la función de dirigir en la organización y la motivación menciona que “es una de las labores más importantes de la dirección, a la vez que la más compleja, pues por medio de ésta se logra que los empleados ejecuten el trabajo con responsabilidad y agrado, siguiendo los estándares establecidos” (p.2); situación que se observa con claridad cuando la organización alcanza sus logros con el mínimo nivel de conflictos laborales y máxima participación de los colaboradores en actividades funcionales y de representación externa con entusiasmo, concretándose niveles aceptables y visibles de compromiso y lealtad del factor humano.

Es posible efectuar un acercamiento a la motivación desde la disciplina de la psicología, mencionando que se trata de cualidad que permite describir la psicología del ser humano y que por su contribución condiciona el cierto nivel de compromiso del individuo; subyacentemente es un proceso que crea, impulsa, dirige, da movimiento y prolonga formas de actuación de los colaboradores hacia objetivos de la organización. Respecto a la relevancia de la motivación como aspecto en el ámbito laboral, Aguirre et al. (2019) consideran “de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la laboral, por cuanto orienta las acciones, conformándose así en un elemento central que conduce hacia lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige” (p. 37)

La perspectiva general de la motivación permite reconocer dos aspectos que la mueven: i) los satisfactores extrínsecos y ii) los satisfactores intrínsecos; en ambos casos se distinguen estímulos externos al individuo que condicionan determinado desempeño; y, estímulos internos más identificados con intereses

personales como el de pertenencia, el de trascender y el de seguridad. Para que los estímulos puedan activarse en el aspecto laboral debe existir una vinculación entre objetivos organizacionales, objetivos personales y estímulos motivacionales sintonizados con las necesidades del trabajador. En esta línea Peña et. al. (2018) al referirse a la concurrencia del estímulo motivacional y determinada necesidad del colaborador indican que se trata de la “interrelación del individuo y el estímulo realizado por la organización con la finalidad de crear elementos que impulsen e incentiven al empleado a lograr un objetivo” (p. 185); trasuntando una poderosa relación entre el estímulo motivacional que coincide como satisfactor para la verdadera necesidad del colaborador; traduciéndose en voluntad que moviliza el esfuerzo propio del colaborador para lograr contribuciones productivas sobresalientes integrando objetivos de la organización con sus objetivos personales.

Es importante considerar las experiencias personales en los estudios, porque ello permite compartir conocimiento desde la fuente de la experiencia, y reconocer la diferencia entre necesidades extrínsecas y necesidades intrínsecas a los efectos de mejor actuación como líder para el manejo de la motivación del personal; al respecto a menudo se piensa que, a los individuos sólo les motiva aquellos aspectos extrínsecos, como lo monetario, regalos, promoción de puestos; sin embargo, existe aspectos adicionales que derivan de omisiones del lado emocional de ser humano del colaborador; lo cual deja una tarea sustancial para el líder de la organización para identificar lo que verdaderamente motiva a sus colaboradores con lo cual pudiera generarse logros de valor ( Miranda, 2018, p. 4)

### **Dimensiones de *motivación de personal***

El *i) compromiso* con que los trabajadores acometen las responsabilidades en los procesos en los que participan es condicionante para resultados óptimos, habida cuenta que las respuestas a las mediciones de las metas serán percibidas como parte de su forma de actuar y no como una obligación; en este sentido Macías et. al. (2021) citando a Peña (2015), mencionan que, “la gestión de la motivación gira en torno a el compromiso, que una vez logrado se obtienen resultados óptimos, que el futuro de la motivación laboral está enfocado en estrategias orientadas al compromiso” (p. 553)

De igual forma podemos referirnos a la *ii) identidad* como una convicción de valor sobre los principios y formas de respuesta de la organización ante la sociedad, clientes y trabajadores; y, el recurso humano valora, aprueba y lo asume como una forma de actuar personal vinculada a la forma de actuar de la organización, generándose una sinergia por entendimiento positivo. Al existir niveles sobresalientes de identidad al interior de la organización Macías et. al. (2021) citando a Delgado (2020), indican que “se considera como un estímulo para incrementar la motivación de los miembros de una organización; esta identidad personifica la ética y las actitudes de la empresa y de los empleados y quienes la comparten están unidos por ese vínculo” (p. 553)

Un aspecto que denota intensidad y potencia al accionar de los colaboradores frente a tareas, objetivos y metas de la organización es el *iii) entusiasmo*; expresiones laborales que pudieran implicar sobrecarga de emociones y alta valoración a la propuesta de objetivo que busca la organización en determinado proceso; en este aspecto Macías et. al. (2021) mencionan que “el entusiasmo es un constructo motivacional que integra sentimientos de vigor, absorción y dedicación” p. 553

Por tanto, las dimensiones para medir el desempeño intrínseco de la motivación del personal y que serán tomadas como referencia para el estudio, son descritas y validadas en la investigación de Macías et al. (2021, p.561); y, se observa en la tabla 1.

**Tabla 1:**

*Dimensiones de motivación del personal*

Dimensión	Descripción
Compromiso	La gestión de la motivación gira en torno al compromiso, que una vez logrado se obtienen resultados óptimos. Promesa personal con la labor.
Identidad	Personifica la ética y las actitudes de la empresa y de los empleados y quienes la comparten están unidos por ese vínculo
Entusiasmo	Constructo motivacional que integra sentimientos de vigor, absorción y dedicación.

Fuente: Macías et al. (2021, p. 553)

### 2.2.2. Responsabilidad social empresarial

El concepto de responsabilidad social empresarial, no es un enfoque nuevo, sino se vino hablando desde mediados del siglo XX, diversos autores coincidieron en vislumbrar al enfoque de la RSE como una forma de resarcir de alguna manera los eventuales daños que los procesos productivos empresariales pudieran generar en el entorno social y ambiental de influencia por las actividades empresariales, antes mencionada; y, a los efectos de una aceptación social de la actividad del negocio; desde la segunda mitad del siglo pasado, diversos autores desarrollaron aproximaciones a una propuesta sobre la RSE, coincidiendo en que la RSE contiene acciones tendientes a resarcir eventuales perjuicios generados por procesos productivos, sobre todo en ambientes circundantes de pisos ecológicos y como formas de evaluar beneficios

con impacto en la diversidad de involucrados y el activo ambiental, circundante (Bom, 2021, p. 133)

El manejo gerencial de la posmodernidad ha fijado comportamientos empresariales que se han constituido en políticas de uso común por empresas que deseen vincularse con mayor intensidad con sus clientes; aspectos como establecer sus objetivos de crecimiento económico con respeto a los clientes y los que intervienen en el circuito productivo, de comercialización y distribución de bienes y servicios.

La actuación empresarial, se debe caracterizar por respeto visible de las normas laborales y normas gubernamentales y administrativas que protegen a trabajadores y recursos socio ambientales; característica importante es la actuación empresarial con integridad, es decir colocar en el mercado sus bienes o servicios acorde a las características, condiciones y servicios post venta ofrecidos.

Se ha insertado en esta nueva forma de actuación empresarial, la posibilidad de incorporarse al interés de la sociedad a través del desarrollo voluntario de acciones de bien social que, sin comprometer el patrimonio de la empresa, como capacitaciones en materia de actividades productivas vinculadas a la naturaleza de la empresa, reciclaje, reforestación, etc. De allí que, existe consenso al señalar la RSE asume competencia funcional sobre la relación empresa - sociedad, la misma que se materializa a través del comportamiento y evaluación de cuatro dimensiones: i) la dimensión económica, centrada en alcanzar utilidades sin perjuicio de involucrados; ii) la dimensión legal, centrada en las utilidades serán óptimas en tanto se respete el marco normativo y regulaciones de los niveles de gobierno; iii) la dimensión ética, centrada en no incurrir en acciones consideradas denigrantes, dañinas, e impropias para la cultura y la sociedad; y iv) la

dimensión de responsabilidades filantrópicas, centrada en atender las expectativas y solución de brechas de tipo social, de mutuo propio y sin trasuntar halos de condescendencia u presión a la obligación (Jaimes et al. 2021, p. 204)

La actuación con responsabilidad social se ha consolidado como un conjunto de acciones empresariales que no sólo se concentra en los objetivos y procesos productivos, sino que en un contexto de competitividad y sostenibilidad debe involucrar estrategia adicional específica en materia de respeto a normas, desarrollo de una forma de actuar y vinculación social de la empresa; todo ello integrado en una cultura organizacional; al respecto, debe considerarse que desde hace buen tiempo, en el ámbito académico, se tiene en cuenta que el éxito de las organizaciones, en general, está vinculada, a factores que difieren de los factores tradicionales como “la calidad del producto o servicio en sí mismo; sino que se hace imprescindible, imperiosa y trascendental la presencia de nuevas herramientas estratégicas que impelen y potencien la efectividad de los objetivos finales planteados por cada organización” Buitrago (2021, p. 98); trasuntando, relaciones económicas y ambientales.

El enfoque posmodernidad de la responsabilidad social empresarial, establece con mayor claridad que la gestión empresarial, en este contexto, vincula conceptualmente las actuaciones económicas con factores del entorno social y medio ambiental en el cual fluyen los intereses de agentes económicos involucrados; es decir, la sociedad es sensible a un modelo de gestión de las organizaciones de corte moderno que involucre objetivos sociales, medioambientales y de grupos de interés o stakeholders (Bom, 2021, p. 136)

Dado que uno de los factores de producción es la mano de obra y en el contexto de la gestión empresarial con responsabilidad social es una decisión estratégica potenciar sus competencias a los efectos que su contribución al valor del negocio sea rentable. Las competencias del recurso humano se proyectarán a favor del cliente y de la organización a partir de comportamientos eficaces y eficientes y actuando en correspondencia con la cultura de la organización y en virtud de procesos de desarrollo de capacidades; las organizaciones muestran que han incursionado en un proceso evolutivo de gestión empresarial al apostar por decisiones de inversión en planes de desarrollo del capital humano. Si bien es cierto que las organizaciones requieren de recursos financieros al menor tiempo, también es cierto que, las capacitaciones en aras del desarrollo de los colaboradores de la organización resultan en inversión, dado que un periodo perentorio y estratégico reeditará utilidad y valor para la organización; de allí que Lara et. al. (2020) mencionan que, “entre estos se encuentran: mejores resultados por parte de trabajadores, motivación laboral, capacidades y habilidades más desarrolladas, y todo esto contribuye a la efectividad” (p. 101)

En la perspectiva objetiva es posible observar beneficios que la RSE puede generar a favor de los resultados de la gestión de las empresas, sobre para aquellas cuyo patrimonio es bajo, porque pueden optar por acciones flexibles y tangibles con alta probabilidad de éxito, de cuyo accionar pueden hacerse tangibles resultados como desarrollo del capital humano, posicionamiento de marca, eficiencia, mayor rentabilidad entre otros aspectos que redundarán en el esfuerzo de competitividad del negocio.

En este sentido, al tratar de identificar ventajas competitivas aportadas al asumir la gestión de la RSE puede observarse: el incremento

de ratios de retener y contratar colaboradores competentes; efectos de consolidación de la marca y conceptos sobre la organización; incremento en la performance financiera de la organización; flexibilidad para acceder a fuentes de financiamiento; manejo positivo de los costos de operación; notable mejora en la gestión de la calidad; incremento sostenido de los niveles de ventas; los inversionistas se sienten atraídos por el sólido posicionamiento de la organización; alta incidencia en la minimización de costos en razón de las decisiones en materia de reciclaje y manejo de riesgos asociados al respeto del entorno ambiental (Lara et. al., 2020, p. 103)

La competitividad de los negocios debe verse desde la perspectiva de la sostenibilidad habida cuenta que la generación de valor para la organización no sólo debe ser cuestión de rentabilidad para los propietarios sino en un pensamiento de largo plazo debe establecer como estrategia el desarrollo de mercado, desarrollo de clientes y el esfuerzo por una convivencia armoniosa con la sociedad y el medio ambiente expresado en respetuoso accionar; al respecto puede comentarse que, el desarrollo sostenible como concepto, aparentemente ha sido soslayado en el entorno de la gestión con RSE, pese a que contribuye con una perspectiva utilitaria al contextualizar la RSE, dado que se traduce en norma de amplio ámbito con principios universales lo cual exige concentración de la visión y competencias de los directivos para tomar decisiones en el tránsito de “convertir la perspectiva tradicional de la rentabilidad económica en un triple resultado (económico, social y medioambiental) y de esa forma generar acciones de RSE que sean amplias, tangibles y fáciles de evaluar por parte de los consumidores” (Enciso et al., 2020, p. 5)

La gestión empresarial que se precie de involucrarse en un proceso sostenible con enfoque competitivo deberá insertar como política empresarial la actuación con ética frente a las respuestas a clientes internos y externos e involucrados del entorno (stakeholders) por lo que la responsabilidad social es una estrategia de crecimiento para los negocios y la competitividad; en ésta línea Pitre et al (2020) menciona que, “la responsabilidad social empresarial debería estar relacionada con los valores de la ética empresarial, por lo que actualmente diversos autores redimensionan la responsabilidad social empresarial en la cual ésta debe formar parte de las estrategias empresariales para lograr generar un valor compartido (p. 36); lo que abona a consolidar la presencia de la gestión con RSE, como una política estratégica de las organizaciones.

Un enfoque más integrador de la responsabilidad social empresarial incluye el concepto del *valor social* según lo cual la competitividad empresarial salta hacia una dimensión más amplia para involucrarse en la búsqueda de satisfacción de los involucrados del entorno con la acción de la empresa, de tal manera que el entorno perciba la presencia positiva de la empresa en su hábitat social y ambiental y que se convenza que dicha empresa tiene intereses superiores a lo meramente económico; en este sentido Montesinos & Morales (2020) indican que “la RSE se enfoca en la necesidad de promover las mejores prácticas en los negocios, donde la empresa debe asumir el impacto que genera la actividad que desempeña, de manera que contribuya a la creación de un mayor valor social” ( p.9); lo cual debe generar percepciones de valor en el target group, que pudiera estar integrado por los dueños del negocio, colaboradores y ciudadanos; traducido en desarrollo económico sostenible con respeto del entorno ambiental.

De manera subyacente la acción empresarial bajo el contexto de la RSE tiene una mirada en alguna forma de bienestar social de su entorno, que no necesariamente puede tratarse de financiamiento de alguna contraprestación de servicio o justificación de algún daño ni canje tributario por obra pública, sino trata de la gestión voluntaria de accionar anticipadamente a una carencia social de una envergadura económica acorde a la naturaleza y capacidad de la empresa.

Ese accionar trae consigo respuestas de imagen, concepto y rendimientos a favor de la empresa, de tal forma que la estrategia de competitividad desplegada será efectiva; en esta línea Bernal et al. (2019) mencionan que “hay muchas razones para implementar la RSE: proveer una respuesta a las solicitudes específicas de las partes interesadas, mejorar el rendimiento de la empresa, aumentar la reputación de la empresa, generar lealtad del cliente o anticiparse a sanciones legales” (p. 109); consiguientemente, la gestión de la organización en un entorno de RSE, impulsa estrategias y tácticas operativas para la generación y contribución de bienestar social como valor añadido al cumplirse los objetivos regulares de la organización.

La experiencia peruana, sobre todo de la gran empresa, en materia de RSE presenta situaciones para entender lo que no es RSE, dado que procesos de transacción económica por contraprestación de algún servicio o resarcir económicamente por daños ambientales, o transferencias económicas a pobladores para compra de áreas de terrenos para el desarrollo de un proyecto, definitivamente no puede considerarse como acciones formales dentro del enfoque sostenible y competitivo de RSE; principal diferencia conceptual es la que se establece como un accionar voluntario de involucramiento con los problemas de la comunidad, de manera proactiva, al alcance de la empresa.

En esta línea Sánchez (2017) manifiesta que, la forma en que se ha aplicado la RSE en el Perú ha experimentado la ausencia sistemática de “una planificación y un entendimiento pleno y aplicable de los conceptos que los motivan” (p.117); lo que permite entender que, en el país, debe percibirse el beneficio para la organización como para la comunidad, de manera simultánea, para reconocer la gestión con RSE. Ello distorsiona lo que, en teoría, es el supremo objetivo de la gestión con RSE, identificado como: la convivencia armónica y la contribución al desarrollo; y se convierten en simples acciones filantrópicas y, lo que es peor, de transacción por intereses de grupo.

La estrategia empresarial de la ventaja competitiva en el entorno de la RSE se integra en un objetivo común cuando se trata de resaltar aquellas cualidades que son las mejores y de especialidad que la organización despliega. El enfoque posmodernidad de la RSE requiere que la misma se resalte como un atributo especial de la organización, de tal manera que sus clientes, stakeholders y comunidad puedan percibirlos positivamente; de manera análoga, el enfoque de ventaja competitiva se basa en, lo que mencionan Sánchez et. al. (2020), “la importancia que tiene para las organizaciones resaltar aspectos de sus productos, procesos, y de su organización que tienen un valor que la sociedad reconoce: en este caso, la responsabilidad social empresarial” (p. 18); como acápite podemos mencionar que la RSE no es exclusividad de la gran empresa; dada su naturaleza con alto contenido filosófico en la característica de la RSE, también puede ser asimilada por la Pyme y Mype acorde y adaptada a la estructura de las mismas.

## Dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Para efectos de la identificación de las dimensiones de estudio de la Responsabilidad Social Empresarial es posible identificar aspectos que concentran las dimensiones de la RSE: económicos, sociales y medio ambientales; sobre todo, a partir de una relación entre la gran empresa y Pyme; dando lugar a un modelo para gestión de la RSE, en la cual la cadena de valor es el eje. Es perceptible, entonces, una alianza que supone resultados que beneficien a ambos grupos empresariales como el incremento del nivel de su competitividad, en función de gestión por procesos y enfoque en RSE; siendo probable observar mejoras en áreas que, Stuart et. al. (2016) identificaron como: “i) gobierno de la empresa (ética y transparencia); ii) gestión de los recursos humanos (calidad de vida laboral); iii) relación con el cliente a través de políticas de calidad, de producto y de atención al cliente; iv) relación con proveedores; y v) relación con la comunidad” (p. 58)

A partir de lo mencionado, para efectos del estudio se clasifica las dimensiones de RSE adaptada a la gestión de la Mype del rubro de confecciones textiles en Tacna, según tabla 2:

**Tabla 2:**  
*Dimensiones del modelo RSE*

Variables	Descripción
Dimensión económica	Integra actividades empresariales básicas y de apoyo, así como a involucrados o stakeholders.
Dimensión gobierno de la empresa	Integra ética, respeto a la legalidad laboral y tributaria, transparencia y respeto a las regulaciones.
Dimensión relación con la comunidad	Respeto al ambiente externo, conocimiento de anhelos y problemas de la comunidad.

**Fuente:** Adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58)

### 2.2.3. Mypes del del rubro confecciones textiles en Tacna.

La Según padrón de la Dirección Regional de Producción – DIREPRO Tacna, existen 372 talleres de confección textil en la Región Tacna para el año 2019; sin embargo, de ellos 211 son formales los cuales tuvieron un incremento de 13% con respecto al año 2017. A nivel distrital, Gregorio Albarracín se ubica en 2do lugar, después del distrito Tacna, concentrando el 13% del total, es decir 28 talleres de confección textil, incrementándose en 17% con respecto al año 2017.

**Tabla 3:**

*Empresas del rubro confecciones textiles en Tacna*

Distrito	2019		2017		Variación %
	Nº Emp	Particip %	Nº Emp	Particip %	
Tacna	157	74	138	74	14
CmI. Gregorio Albarracín L.	28	13	24	13	17
Alto de la Alianza	11	5	12	6	-8
Ciudad Nueva4	9	5	9	5	0
Pocollay	4	2	2	1	100
Ilabaya	1	0	1	1	0
Ite	1	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>100</b>	<b>186</b>	<b>100</b>	<b>13</b>

Fuente: Padrón Industrial 2019 y 2022 - DIREPRO Tacna - CIU 1810  
(Fabricación de Prendas de Vestir)

La colocación y venta de la producción al año 2019 es al mercado Tacneño es a través de canal directo de distribución, utilizando su local de atención adjunto a talleres de producción, de igual manera los confeccionistas cuentan con puntos de venta en los centros comerciales en el mercado de la ciudad, como Tacna Centro, CC La Colmena, CC Dos de Mayo, etc.

Los clientes del mercado local provienen básicamente de las ciudades de Tacna y Moquegua; y, eventualmente se vende a clientes del mercado chileno, por la afluencia de turistas procedentes de la ciudad de Arica, que hacen sus adquisiciones en los locales comerciales, antes indicados.

### 2.3. Definición de conceptos<sup>1</sup>

**Actitud:**

Predisposición ante algo. Por ejemplo, una actitud colaboradora significaría que se está dispuesto a colaborar.

**Código de Conducta:**

Declaración formal de valores de la organización. Documento que integra la intención de la empresa sobre su autorregulación en torno a la RSE.

**Desarrollo local:**

Proceso de movilización de instituciones y personas a efectos de articular y optimizar el uso de los recursos de su circunscripción.

**Desarrollo sostenible:**

Progreso que busca satisfacer necesidades actuales sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras.

**Diversidad:**

Las diferencias entre los grupos de personas como género, etnia, credo, orientación sexual, discapacidades, etc.

**Eficiencia:**

Logro de objetivos al menor costo.

**Estrategia empresarial:**

Criterios de decisión para orientar los recursos de la organización acorde a las expectativas de sus interesados.

**Ética de la empresa:**

Uso de principios generales de ética al campo de las actuaciones empresariales.

**Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial:**

Integración en la gestión y las operaciones de la empresa del interés por aspectos sociales, laborales, ambientales.

---

<sup>1</sup> Recopilación libre de apuntes de cátedra en la Maestría de Administración y Dirección de Empresas EP/UPT

**Gestión Responsable de la cadena de proveedores:**

Control y gestión del impacto económico, social y ambiental de prácticas de aprovisionamiento de la organización empresarial.

**Gestión responsable de la relación con los clientes:**

Control y gestión del impacto económico, social y ambiental de las prácticas de comercialización y atención a los clientes de la organización empresarial.

**Gobierno corporativo:**

Sistemas y procesos de dirección y control de la empresa.

**Grupos de interés (Stakeholders):**

Toda persona, grupo interno o externo en relación a la empresa que pueda afectar o sufrir afectación por las políticas, decisiones o acciones de la misma.

**Imagen corporativa:**

Evaluación que una persona o grupo hace de la empresa a partir de su apreciación sobre la misma.

**Inversiones en la comunidad:**

Incorporación de la misión social dentro de las inversiones empresariales.

**Memorias de sostenibilidad:**

Instrumento para la toma de decisiones y para la comunicación, ofrecen una visión de la línea de resultados sobre sostenibilidad económica, ambiental y social.

**Misión:**

Propuesta general que manifiesta la razón de ser de la organización.

**Norma:**

Conjunto de procedimientos, prácticas y especificaciones comúnmente aceptadas.

**PYME:**

Pequeñas y Medianas Empresas, puede distinguirse según el número de trabajadores: micro, la pequeña y la mediana.

**Plan estratégico ambiental:**

Establece objetivos y líneas de actuación en materia ambiental, se hace tangible a través de proyectos de mejoras de eficiencia ecológica y ambiental en relación a áreas de influencia del negocio.

**Política ambiental:**

Forma declarativa de la empresa sobre intenciones y principios para su actuación y metas ambientales.

**Responsabilidad Social Empresarial:**

Prácticas de empresariales transparentes y con valores éticos; integra en sus actividades la preocupación por el ambiente y la sociedad.

**Reputación corporativa:**

Conjunto de valores que los grupos de interés aprecian de la empresa.

**Sistema de gestión de RSE:**

Herramienta para implementar la organización, procedimientos y actuaciones específicas para desarrollar la política de RSE de la empresa.

**Sostenible:**

Capacidad para mantenerse por sí solo, sin ayuda exterior ni disminución de los recursos existentes.

**Ventaja competitiva:**

Características que posee un producto o un proceso productivo que otorga a la empresa un nivel de superioridad sobre competidores y permite redituar mayores beneficios superando medias del rubro económico.

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

### 3.1. HIPÓTESIS

#### 3.1.1. Hipótesis general

La relación de la motivación del personal; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

#### 3.1.2. Hipótesis específicas

**Primera:**

La relación del Compromiso; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

**Segunda:**

La relación de la Identificación; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

**Tercera:**

La relación del Entusiasmo; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

## 3.2. Operacionalización de variables

### 3.2.1. Identificación de la variable independiente

$V_i$  (X): Motivación del personal

#### 3.2.1.1. Dimensiones / indicadores

- a) Compromiso
- b) Identificación
- c) Entusiasmo

#### 3.2.1.2. Escala de medición de la variable

**Tabla 4:**

*Variable independiente e indicadores*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
VI (X) Motivación del personal	Compromiso	Dedicación de tiempo al trabajo
		Sentimiento de compromiso con la empresa
		Gusto por el trabajo que realiza
		Procura no faltar al trabajo
		Da lo mejor por trabajar en la empresa
		Gusto por hacer bien las cosas
	Identificación	Recomendaría a familiares y amigos a trabajar en la empresa
		Satisfacción por que otros sepan de su centro de trabajo
		Satisfacción porque la empresa puede ser líder en el rubro
		Siente parte de la empresa aun fuera de ella
		Quiere trabajar mucho tiempo en la empresa
		Se siente cómodo trabajando en la empresa
		Siente orgullo al escuchar a otros hablar bien de la empresa
	Entusiasmo	Veces en que piensa que el trabajo es monótono y aburrido
		Pensar en la empresa hace que realice sus tareas con mayor esfuerzo
		Disfrute de la jornada de trabajo
Aunque a veces no le reconocen realiza con entusiasmo su trabajo		

**Fuente:** Macías et. al. (2021, p. 561)

**Tabla 5:***Resumen de indicadores  $V_i(X)$ , ítems y puntuación*

<b>Dimensión</b>	<b>Item / indicador</b>	<b>Total</b>	<b>Suma de puntuación posible</b>
Compromiso	1,2,3,4,5,6	6	0 – 24
Identificación	8,9,10,11,12,13,14	7	0 – 28
Entusiasmo	15,16,17,18	4	0 – 16
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>68</b>

Fuente: Santos (2022)

Para la medición de la variable e indicadores se aplicará la escala de Likert con un rango de 0 a 4; donde la puntuación más alta corresponde al nivel de frecuencia más alto con que el trabajador percibe la ocurrencia de determinado factor de motivación del personal, como efecto de su experiencia en las actividades propias de la razón del negocio.

**Tabla 6:***Significado de respuestas de indicadores  $V_i (X)$* 

<b>Promedios de rango de respuestas</b>	<b>Significado de la percepción</b>
0 – 1,0	Nula motivación del personal
1,1 – 2,0	Baja motivación del personal
2,1 – 3,0	Regular nivel de motivación del personal
3,1 – 4,0	Alta motivación del personal

### 3.2.2. Identificación de la variable dependiente

**VD (Y):** Responsabilidad social empresarial

**Tabla 7:**  
*Variable dependiente e indicadores*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
VD (Y) Responsabilidad social empresarial	Económicas	Gestión de RRHH (calidad de vida laboral seguras y saludables)
		Relación con el cliente contribuye a su bienestar
		Políticas de calidad
		Políticas de producto acorde a necesidades
		Políticas de atención al cliente
		Relación con proveedores
	Gobierno de la empresa	Demuestra conducta ética en todas sus acciones
		Transparencia
		Respeto a la regulación
	Relación con la comunidad	Respeto al ambiente externo
		Conoce anhelos y necesidades de la comunidad
		Conoce los problemas de la comunidad

**Fuente:** Adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58).

### 3.2.2.1. Escala de medición de la variable

Para la medición de la variable e indicadores se aplicará la escala de Likert con un rango de 0 a 4; donde la puntuación más alta corresponde al nivel de frecuencia más alto con que el trabajador percibe la ocurrencia de determinado factor de responsabilidad social de la empresa, a partir del encuentro: experiencia con el entorno del negocio; debiendo utilizar para ello los siguientes criterios:

1. = Nunca
2. = Sólo en una ocasión
3. = En más de una ocasión
4. = Siempre

Los datos obtenidos provienen de la Escala de Likert y serán procesados como datos cuantitativos discretos.

Las respuestas del encuestado en cada factor: cuanto más elevada sea la puntuación que obtenga en un factor determinado, mayor será el nivel de RSE percibida por la gestión del negocio.

**Tabla 8:**

*Resumen de indicadores VD (Y), ítems y puntuación*

<b>Indicador / Factor</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total</b>	<b>Rango</b>
Económicas	1,2,3,4,5,6	6	0 – 24
Gobierno de la empresa	7,8,9	3	0 – 12
Relación con la comunidad	10,11,12	3	0 – 12
<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>48</b>

**Fuente:** Adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58).

**Tabla 9:**

*Significado de respuestas de indicadores VD (Y)*

<b>Promedios de rango de respuestas</b>	<b>Significado de la percepción</b>
0 – 1,0	Nulo nivel de RSE
1,1 – 2,0	Bajo nivel de RSE
2,1 – 3,0	Regular nivel de RSE
3,1 – 4,0	Alto nivel de RSE

### 3.3 Tipo de investigación

Siguiendo a Hernández (2012), estructuramos la investigación de la siguiente manera:

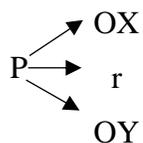
Tipo de la investigación : Social – Básica

### 3.4. Nivel de investigación

Correlacional.

### 3.5. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental y transeccional por cuanto se medirán las variables tal como ocurren sin manipulación. De enfoque cuantitativo, cuyo esquema es el siguiente:



Donde:

P: Población

Ox: Observación de la variable *Motivación del personal*

Oy: Observación de la variable *Responsabilidad social empresarial*

r: Posibles correlaciones

### 3.6. Ámbito y tiempo social de la investigación

La Investigación se desarrolló en la provincia Tacna; el tiempo que se requirió fue de 6 meses y la investigadora se dedicó a tiempo parcial.

### 3.7. Población y muestra

#### 3.7.1. Unidad de estudio

Trabajadores de las Micro empresa del sector de confecciones textiles en la Provincia y Región Tacna.

#### 3.7.2. Población

Población	Está conformada por 211 empresas formales del rubro de confecciones textiles (tabla 3) en la Provincia de Tacna.
Alcance	Ciudad Tacna.
Periodo en medición	Año 2019
Elementos	Trabajadores micro empresas de confecciones textiles de la Provincia de Tacna al año 2019.

a) Criterio de inclusión:

Trabajadores de las micro empresas de confecciones textiles de Tacna, en producción, durante el año 2019.

b) Criterios de exclusión:

Trabajadores de las micro empresas de confecciones textiles de Tacna, sin producción, durante el año 2019.

#### 3.7.3. Muestra

Se determina de manera probabilística al azar. Los elementos de muestra se identifican bajo los siguientes criterios:

- Trabajadores vinculados a micro empresas del rubro de confecciones textiles, durante el 2019; y, desearon participar del estudio.
- Dado el tamaño del marco poblacional (211 empresas del rubro de confecciones textiles de la ciudad de Tacna, durante el año 2019), que cumplen los criterios de inclusión, se aplicó fórmula estadística para población finita; determinándose el tamaño de muestra; con el siguiente procedimiento:

$$n = \frac{NZ^2}{[4(N - 1)e^2] + Z^2}$$

Donde:

n = muestra poblacional

N = Población en estudio

Z = Nivel de confianza

e = Margen de error

Reemplazando:

$$n = \frac{211 * 1,96^2}{[4(211 - 1) * 0,05^2] + 1,96^2}$$

$$n = \frac{810,5776}{5,9416} = 136 \text{ trabajadores}$$

Ajuste de muestra:

$$n^{\circ} = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Donde:

$n$  = Valor de la muestra inicial

$N$  = Población total en estudio

$n^\circ$  = Muestra ajustada

Reemplazando:

$$n^\circ = \frac{136}{1 + \frac{136}{211}} = \frac{136}{1,6455} = 83 \text{ trabajadores}$$

### 3.8. Procedimiento, técnicas e instrumentos

#### 3.8.1. Procedimiento

Se optó por la aplicación de encuestas a trabajadores de micro empresas del sector textil en Tacna, acorde a lo requerido por el tamaño de muestra ( $n=83$ ). Con la finalidad de recopilar datos primarios se utilizó las siguientes Encuestas: i) Test de evaluación de *Motivación del personal* – adaptado de Macías et. al. (2021, p. 561); y, ii) Test de percepción de *Responsabilidad social empresarial* – adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58); las mismas que para su validación fueron expuestas a *Juicio de expertos* conformado por 03 miembros los cuales cumplieron el criterio de profesionales expertos vinculados a la actividad empresarial. Asimismo, a dichos profesionales, se aplicó prueba piloto; y, los datos obtenidos fueron expuestos a la Prueba del coeficiente Alfa de Cronbach; y, Pruebas de Normalidad de Datos, con el Software Statgraphics centurión V.16; a los efectos de corroborarse la coherencia de su estructura con los objetivos de investigación, y establecer su plena validación.

### 3.8.2. Técnicas

El procesamiento de los datos se efectuó en base al software estadístico Statgraphics centurión versión 17.1 en español.

El análisis de datos, requirió de las siguientes técnicas estadísticas:

- Tabla de resultados tabulados a partir de la Escala de Likert y ponderados en valores continuos.
- Tablas de frecuencias, gráficos de barras.
- Tabla de valores promedios ponderados.
- Estadígrafos descriptivos (media aritmética y desviación estándar).
- Coeficiente de correlación de Pearson.
- Cálculo del estadístico  $R^2$
- Prueba de Estadístico W de Shapiro-Wilk.
- Prueba de hipótesis, expuesto a *p-value*

#### Contraste de Hipótesis:

Las técnicas de contraste de hipótesis están muy vinculadas a las de cálculo de intervalos de confianza. Al hacer un intervalo de confianza establecemos una región donde esperamos que esté el valor del parámetro. Al hacer un contraste de hipótesis establecemos posibles valores para unos parámetros y calculamos la probabilidad de que se obtengan muestras tan discrepantes o más que la obtenida, bajo la suposición de que la hipótesis ( $H_0$ ) es cierta. Si dicha probabilidad es muy baja (por debajo de una cantidad denominada nivel de significación) la hipótesis es rechazada.

Se vinculan los resultados estadísticos con objetivos de investigación; se desagrega por indicadores, por dimensiones, por variable y finalmente se establece la relación o asociación estadística entre las variables “X” y “Y” en estudio, con lo cual se espera dar respuesta al problema de investigación.

### **3.8.3. Instrumentos**

Se aplicaron los siguientes instrumentos:

- Cuestionario para evaluar la percepción de motivación del personal, adaptado de Macías et. al. (2021, p. 561)
- Cuestionario para evaluar la percepción de actuación con responsabilidad social, por parte del negocio. Adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58).

Los instrumentos de recolección de datos primarios se observan en el Apéndice 2.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

### **4.1. Descripción del trabajo de campo**

En el desarrollo metodológico de la investigación se definió medir el comportamiento de la percepción de la “motivación del personal” como variable independiente y percepción de la “Responsabilidad social empresarial” como variable dependiente, en el ámbito de la actividad económica de los micro empresarios del sector de confecciones textiles, en el año 2019; desde la perspectiva de 83 trabajadores.

Lo cual requirió el despliegue de la aplicación de la técnica de la encuesta con dos instrumentos adaptados y aplicados a trabajadores de las micro empresas, objeto del estudio, en la Región Tacna; los datos recolectados fueron procesados con el software especializado Statgraphics centurión y Excel, acorde a requerimiento de información por variable, dimensión e indicadores.

### **4.2. Diseño de la presentación de los resultados**

Para efectos de facilitar la visualización de resultados se utilizó tablas y figuras por variables y dimensiones, incorporándose interpretaciones, de las mismas.

En el caso de la contrastación de hipótesis se incorpora el procedimiento estadístico.

### 4.3. Resultados

#### 4.3.1. Resultados de la variable *motivación del personal*, por dimensiones.

**Tabla 10:**

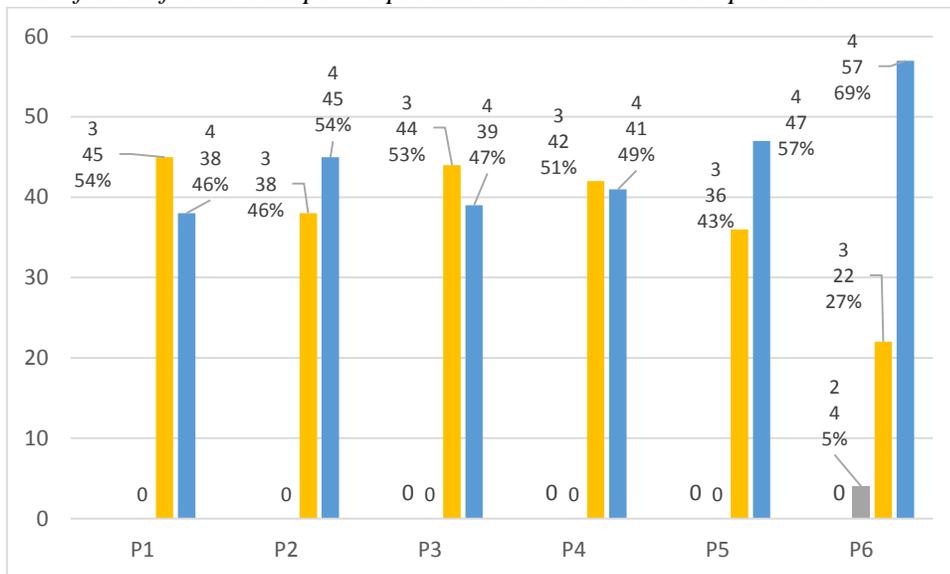
*Frecuencias por respuestas de la dimensión Compromiso*

N.º	Preguntas	Nada importante 0	Poco importante 1	Moderado importante 2	Importante 3	Muy importante 4
P1	Dedicar más tiempo al trabajo del que corresponde	0	0	0	45	38
		0%	0%	0%	54%	46%
P2	Sentir compromiso con la institución por lo que ha recibido de ella	0	0	0	38	45
		0%	0%	0%	46%	54%
P3	Gusto por el trabajo que se realiza	0	0	0	44	39
		0%	0%	0%	53%	47%
P4	Procura de no faltar al trabajo para que la institución no se vea afectada	0	0	0	42	41
		0%	0%	0%	51%	49%
P5	Considerar que se debe dar lo mejor de sí a la institución por la oportunidad de trabajar en ella	0	0	0	36	0
		0%	0%	0%	43%	0%
P6	Aunque no sea pedido, gusto por hacer bien el trabajo	0	0	4	22	57
		0%	0%	5%	27%	69%

**Nota:** Se muestra los valores absolutos de respuestas por dimensión de evaluación y un segundo valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente: Encuesta aplicada.

**Figura 1:**

*Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Compromiso*



**Nota:** Se muestra el valor de escala prevalente en respuestas, valores absolutos de respuestas por dimensión y un tercer valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente tabla 10.

### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la dimensión *Compromiso* de la variable *Motivación del personal* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron las respuestas a través de cada categoría en el rango tipo Likert que va de 0 (nada importante) a 4 (Muy importante). Se puede observar que los entrevistados se inclinaron, mayoritariamente, por expresar su evaluación en las categorías: 3 (importante) y 4 (muy importante); observándose un total de 57 respuestas por la categoría: 4 (muy importante), del total de la muestra de entrevistados para la expresión P6) *Aunque no sea pedido, gusto por hacer bien el trabajo*, lo cual representa el 69% respecto de la muestra para la categoría; de igual manera, con la valoración de la misma categoría: 4 (muy importante) 47 personas respondieron a la expresión P5) *Considerar que se debe dar lo mejor de sí a la institución por la oportunidad de trabajar en ella*, lo cual representa el 57% respecto de la muestra para la categoría; siendo los valores más relevantes.

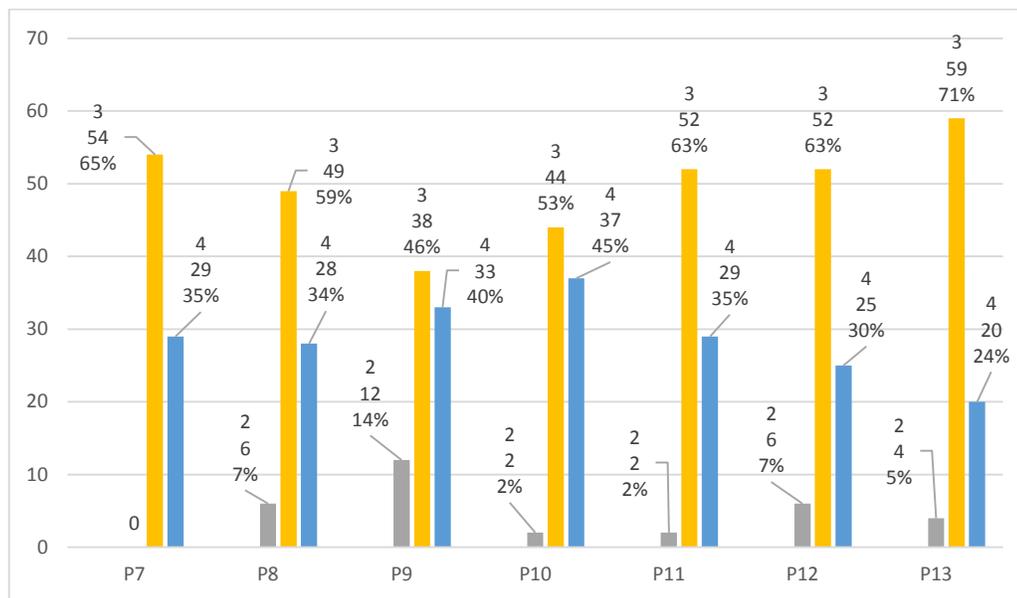
**Tabla 11:**  
*Frecuencias por respuestas de la dimensión Identificación*

N.º	Preguntas	Nada importante 0	Poco importante 1	Moderado importante 2	Importante 3	Muy importante 4
P7	De poder, traer traería familiares y amigos a trabajar en la institución	0	0	0	54	29
		0%	0%	0%	65%	35%
P8	Satisfacción porque otros sepan que se trabaja en la institución	0	0	6	49	28
		0%	0%	7%	59%	34%
P9	Sentirse cómodo y a gusto trabajando en la institución	0	0	12	38	33
		0%	0%	14%	46%	40%
P10	Si se escucha a desconocidos hablar bien de la institución, el sentimiento es de orgullo	0	0	2	44	37
		0%	0%	2%	53%	45%
P11	Satisfacción por pensar que la institución puede llegar a ser líder en el rubro	0	0	2	52	29
		0%	0%	2%	63%	35%
P12	Sentirse parte de la institución aún fuera del horario de trabajo	0	0	6	52	25
		0%	0%	7%	63%	30%
P13	Querer trabajar por largo tiempo en la institución	0	0	4	59	20
		0%	0%	5%	71%	24%

**Nota:** Se muestra los valores absolutos de respuestas por categoría de evaluación por cada pregunta y un segundo valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes.  
Fuente: Encuesta aplicada.

**Figura 2:**

*Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Identificación*



**Nota:** Se muestra el valor de escala prevalente en respuestas, valores absolutos de respuestas por dimensión y un tercer valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente tabla 11.

### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la dimensión *Identificación* de la variable *Motivación del personal* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron las respuestas a través de cada categoría en el rango tipo Likert que va de 0 (nada importante) a 4 (Muy importante). Se puede observar que los entrevistados se inclinaron, mayoritariamente, por expresar su evaluación en las categorías: 3 (importante) y 4 (muy importante); observándose un total de 59 respuestas por la categoría: 3 (importante), del total de la muestra de entrevistados para la expresión P13) *Querer trabajar por largo tiempo en la institución*, lo cual representa el 71% respecto de la muestra para la categoría; de igual manera, con la valoración de la misma categoría: 3 (importante) 49 personas respondieron a la expresión P8) *Satisfacción porque otros sepan que se trabaja en la institución*, lo cual representa el 59% respecto de la muestra para la categoría; siendo los valores más relevantes.

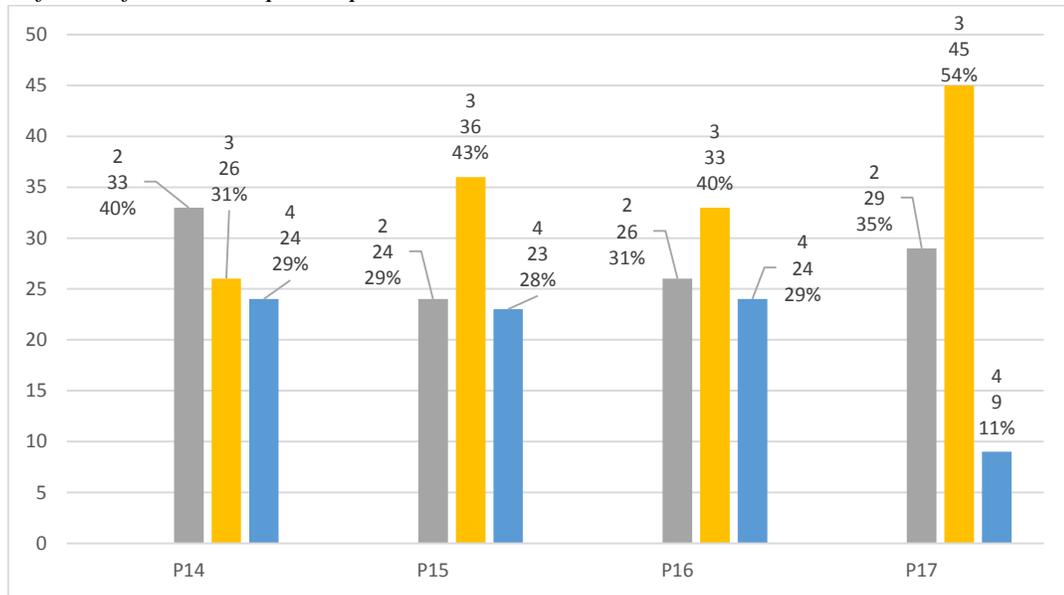
**Tabla 12:**  
*Frecuencias por respuestas de la dimensión Entusiasmo*

N.º	Preguntas	Nada importante 0	Poco importante 1	Moderado importante 2	Importante 3	Muy importante 4
P14	Pensar pocas veces que el trabajo es monótono y aburrido	0	0	33	26	24
		0%	0%	40%	31%	29%
P15	Pertener a la institución hace que se realice mejor esfuerzo	0	0	24	36	23
		0%	0%	29%	43%	28%
P16	Disfrute de la jornada de trabajo	0	0	26	33	24
		0%	0%	31%	40%	29%
P17	Aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo	0	0	29	45	9
		0%	0%	35%	54%	11%

**Nota:** Se muestra los valores absolutos de respuestas por categoría de evaluación por cada pregunta y un segundo valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente: Encuesta aplicada.

**Figura 3:**

*Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Entusiasmo*



**Nota:** Se muestra el valor de escala prevalente en respuestas, valores absolutos de respuestas por dimensión y un tercer valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente tabla 12.

### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la dimensión *Entusiasmo* de la variable *Motivación del personal* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron las respuestas a través de cada categoría en el rango tipo Likert que va de 0 (nada importante) a 4 (Muy importante). Se puede observar que los entrevistados se inclinaron, mayoritariamente, por expresar su evaluación en las categorías: 2 (moderadamente importante) y 3 (importante); observándose un total de 45 respuestas por la categoría: 3 (importante), del total de la muestra de entrevistados para la expresión P17) *Aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo*, lo cual representa el 54% respecto de la muestra para la categoría; de igual manera, con la valoración de la misma categoría: 3 (importante) 36 personas respondieron a la expresión P15) *Pertenecer a la institución hace que se realice mejor esfuerzo*, lo cual representa el 43% respecto de la muestra para la categoría; siendo los valores más relevantes.

### 4.3.2. Resultados de la variable *Responsabilidad social empresarial*.

**Tabla 13:**

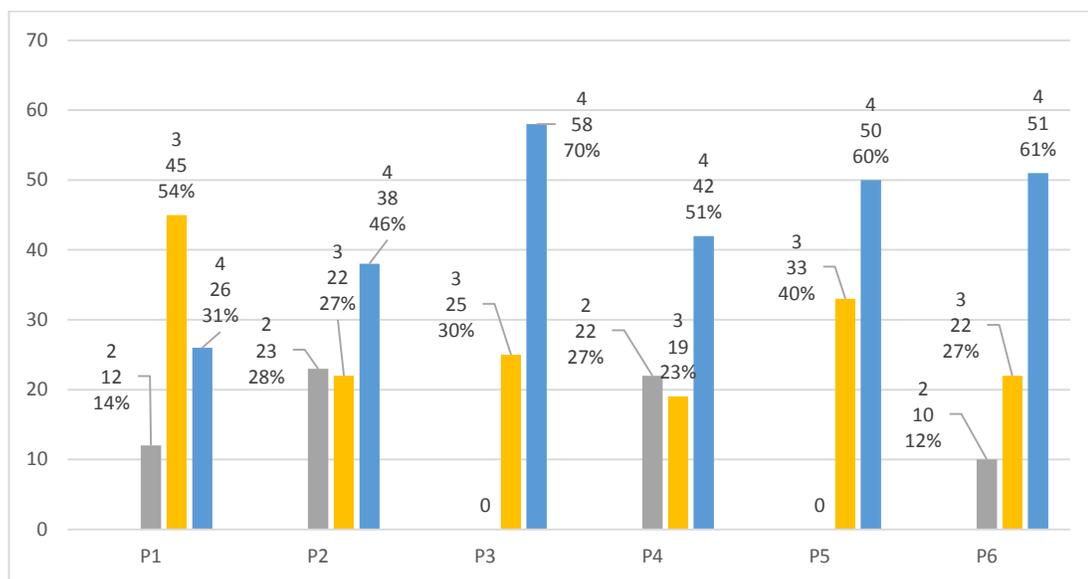
*Frecuencias por respuestas de la dimensión Económica*

N.º	Preguntas	Nada importante 0	Poco importante 1	Moderado importante 2	Importante 3	Muy importante 4
P1	Gestión de RRHH busca calidad de vida laboral segura y saludables	0	0	12	45	26
		0%	0%	14%	54%	31%
P2	Relación con el cliente contribuye a su bienestar	0	0	23	22	38
		0%	0%	28%	27%	46%
P3	Que existe Políticas de calidad	0	0	0	25	58
		0%	0%	0%	30%	70%
P4	Que existe políticas de producto acorde a necesidades	0	0	22	19	42
		0%	0%	27%	23%	51%
P5	Que existe políticas de atención al cliente	0	0	0	33	50
		0%	0%	0%	40%	60%
P6	Que la relación con proveedores es óptima	0	0	10	22	51
		0%	0%	12%	27%	61%

**Nota:** Se muestra los valores absolutos de respuestas por dimensión de evaluación y un segundo valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente: Encuesta aplicada.

**Figura 4:**

*Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Económica*



**Nota:** Se muestra el valor de escala prevalente en respuestas, valores absolutos de respuestas por dimensión y un tercer valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente tabla 13.

### **Interpretación:**

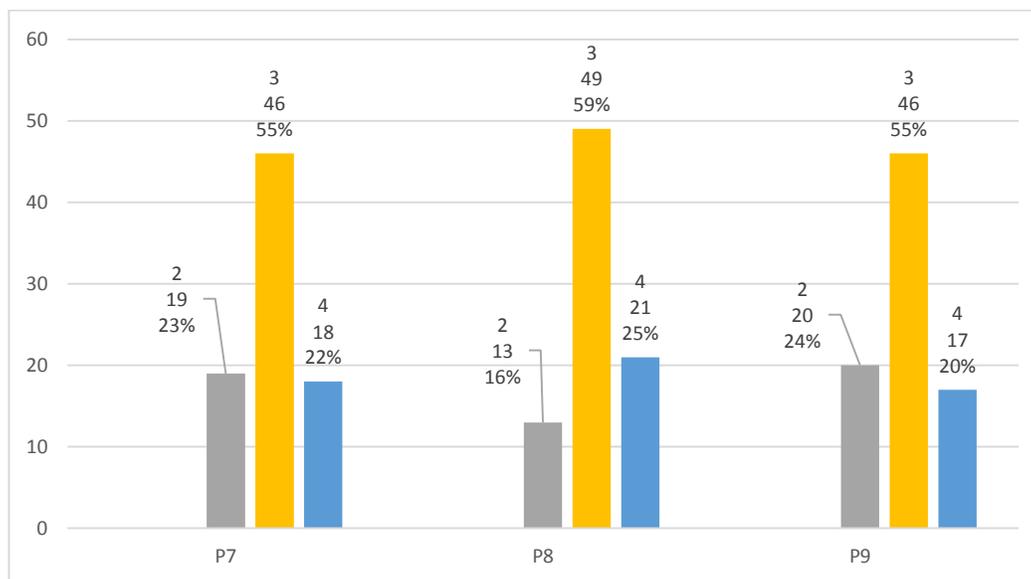
La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la dimensión *Económica* de la variable *Responsabilidad social empresarial* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron las respuestas a través de cada categoría en el rango tipo Likert que va de 0 (nada importante) a 4 (Muy importante). Se puede observar que los entrevistados se inclinaron, mayoritariamente, por expresar su evaluación en las categorías: 4 (muy importante) y 3 (importante); observándose un total de 58 respuestas por la categoría: 4 (muy importante), del total de la muestra de entrevistados para la expresión P3) *Que existe Políticas de calidad*, lo cual representa el 70% respecto de la muestra para la categoría; de igual manera, con la valoración de la misma categoría: 4 (muy importante) 51 personas respondieron a la expresión P6) *Que la relación con proveedores es óptima*, lo cual representa el 61% respecto de la muestra para la categoría; siendo los valores más relevantes.

**Tabla 14:**  
*Frecuencias por respuestas de la dimensión Gobierno de la empresa*

N.º	Preguntas	Nada importante 0	Poco importante 1	Moderado importante 2	Importante 3	Muy importante 4
P7	Demuestra conducta ética en todas sus acciones	0	0	19	46	18
		0%	0%	23%	55%	22%
P8	Actúan con transparencia	0	0	13	49	21
		0%	0%	16%	59%	25%
P9	Respetan la regulación sobre empresas textiles, laboral y tributaria	0	0	20	46	17
		0%	0%	24%	55%	20%

**Nota:** Se muestra los valores absolutos de respuestas por dimensión de evaluación y un segundo valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente: Encuesta aplicada.

**Figura 5:**  
*Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Gobierno de la empresa*



**Nota:** Se muestra el valor de escala prevalente en respuestas, valores absolutos de respuestas por dimensión y un tercer valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente tabla 14.

### Interpretación:

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la dimensión *Gobierno de la empresa* de la variable *Responsabilidad social empresarial* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron las respuestas a través de cada categoría en el rango tipo Likert que va de 0 (nada importante) a 4 (Muy importante). Se puede observar que los entrevistados se inclinaron, mayoritariamente, por expresar su evaluación en las categorías: 3 (importante) y 4 (muy importante); observándose un total de 49 respuestas por la categoría: 3 (importante), del total de la muestra de entrevistados para la expresión P8) *Actúan con transparencia*, lo cual representa el 59% respecto de la muestra para la categoría; de igual manera, con la valoración de la misma categoría: 3 (importante) 46 personas respondieron a las expresiones P7) *Demuestra conducta ética en todas sus acciones*; y, P9) *Respetan la regulación sobre empresas textiles, laboral y tributaria*, lo cual representa el 55% respecto de la muestra para la categoría, en ambos casos; siendo los valores más relevantes.

**Tabla 15:**

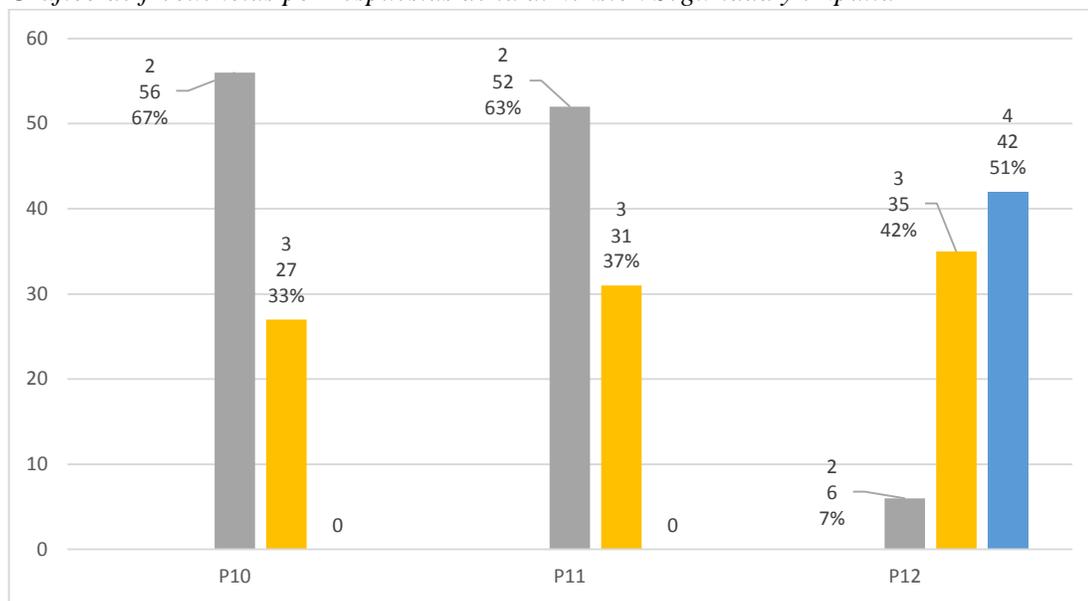
*Frecuencias por respuestas de la dimensión Relación con la comunidad*

N.º	Preguntas	Nada importante 0	Poco importante 1	Moderado importante 2	Importante 3	Muy importante 4
P10	Respetan al medio ambiente	0	0	56	27	0
		0%	0%	67%	33%	0%
P11	Conocen anhelos y necesidades de la comunidad	0	0	52	31	0
		0%	0%	63%	37%	0%
P12	Conocen los problemas de la comunidad	0	0	6	35	42
		0%	0%	7%	42%	51%

**Nota:** Se muestra los valores absolutos de respuestas por dimensión de evaluación y un segundo valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente: Encuesta aplicada.

**Figura 6:**

*Gráfico de frecuencias por respuestas de la dimensión Seguridad y empatía*



**Nota:** Se muestra el valor de escala prevalente en respuestas, valores absolutos de respuestas por dimensión y un tercer valor porcentual de frecuencia relativa por suma de respuestas respecto de los 83 participantes. Fuente tabla 15.

### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la dimensión *Seguridad y empatía* de la variable *Responsabilidad social empresarial* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron las respuestas a través de cada categoría en el rango tipo Likert que va de 0 (nada importante) a 4 (Muy importante). Se puede observar que los entrevistados se inclinaron, mayoritariamente, por expresar su evaluación en las categorías: 2 (moderadamente importante) y 4 (muy importante); observándose un total de 56 respuestas por la categoría: 2 (moderadamente importante), del total de la muestra de entrevistados para la expresión P10) *Respetan al medio ambiente*, lo cual representa el 67% respecto de la muestra para la categoría; de igual manera, con la valoración de la misma categoría: 2 (moderadamente importante) 52 personas respondieron a la expresión P11) *Conocen anhelos y necesidades de la comunidad*, lo cual representa el 63% respecto de la muestra para la categoría; siendo los valores más relevantes.

## 4.4. Prueba estadística

### 4.4.1. Nivel de percepción de *motivación del personal*

**Tabla 16:**  
*Nivel de motivación del personal*

Variable: <i>motivación del personal</i>	Promedios por dimensiones						Promedio general
	Compromiso		Identificación		Entusiasmo		
	P1	3,46	P7	3,35	P14	2,89	
	P2	3,54	P8	3,27	P15	2,99	
	P3	3,47	P9	3,25	P16	2,98	
	P4	3,49	P10	3,42	P17	2,76	
	P5	3,57	P11	3,33			
	P6	3,64	P12	3,23			
			P13	3,19			
Promedios		3,53		3,29		2,9	

**Nota:** Se muestra valor de promedios por dimensiones. Fuente encuesta aplicada;

<sup>a)</sup> Nivel de motivación del personal.

#### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la variable *Motivación del personal* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron su percepción a través de las expresiones contenidas en el instrumento de recolección de datos; respecto de lo cual se observa un valor <sup>a)</sup> que representa el nivel de motivación del personal = 3,24; el mismo que al contrastarse con la tabla 6: Significado de respuestas de indicadores  $V_i (X)$ , es compatible con el rango 3,1 – 4,0 = Alta motivación del personal. Resaltando el mejor comportamiento de la dimensión *compromiso*, con una evaluación general de 3,53; la que estaría condicionando dicho comportamiento; y, la dimensión *entusiasmo* con la menor evaluación = 2,9.

#### 4.4.2. Nivel de percepción de la *responsabilidad social empresarial*

**Tabla 17:**

*Nivel de percepción de responsabilidad social empresarial*

Variable: <b>Responsabilidad social empresarial</b>	Promedios por dimensiones						Promedio general
	Económica		Gobierno de la empresa		Relación con la comunidad		
	P1	3,17	P7	2,99	P10	2,33	
	P2	3,18	P8	3,1	P11	2,37	
	P3	3,7	P9	2,96	P12	3,43	
	P4	3,24					
	P5	3,6					
	P6	3,49					
Promedios		3,4		3,02		2,71	<b>3,04<sup>a</sup></b>

**Nota:** Se muestra valor de promedios por dimensiones. Fuente encuesta aplicada;

<sup>a)</sup> Nivel de calidad de percepción de la responsabilidad social empresarial.

#### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre la variable *Responsabilidad social empresarial* muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron su percepción a través de las expresiones contenidas en el instrumento de recolección de datos; respecto de lo cual se observa un valor <sup>a)</sup> que representa el nivel de responsabilidad social empresarial, desde la perspectiva de los entrevistados = 3,04; el mismo que al contrastarse con la tabla 9: Significado de respuestas de indicadores VD (Y), es compatible con el rango 2,1 – 3,0 = Regular nivel de la responsabilidad social empresarial. Resaltando el mejor comportamiento de la dimensión *económica*, con una evaluación general de 3,4; y, la dimensión *relación con la comunidad* con la menor evaluación = 2,71; la que estaría condicionando dicho comportamiento.

#### 4.4.3. Correlación entre dimensiones de variables

**Tabla 18:**  
*Correlación por dimensiones de variables*

Dimensiones de variable: <i>Motivación del personal</i>	Dimensiones de variable: <i>Responsabilidad social empresarial</i>		
	Económica	Gobierno de la empresa	Relación con la comunidad
Compromiso	0,2450	0,9542	0,3454
	(6)	(3)	(3)
Identificación	0,6398	0,1935	0,7755
	(6)	(3)	(3)
Entusiasmo	-0,4639	-0,2349	-0,6265
	(6)	(3)	(3)
	0,3541	0,8490	0,5690
	(4)	(3)	(3)
	0,3608	0,4503	0,4324
	(4)	(3)	(3)
	0,6392	0,7027	0,7154

**Nota:** Se muestra las correlaciones momento producto de Pearson, entre cada par de variables. El rango de estos coeficientes de correlación va de -1 a +1, y miden la fuerza de la relación lineal entre las variables. También se muestra, entre paréntesis, el número de pares de datos utilizados para calcular cada coeficiente. El tercer número en cada bloque de la tabla es un valor-P que prueba la significancia estadística de las correlaciones estimadas. Valores-P abajo de 0.05 indican correlaciones significativamente diferentes de cero, con un nivel de confianza del 95.0%.

#### **Interpretación:**

La tabulación de los datos recopilados con la encuesta sobre ambas variables muestra cómo los 83 entrevistados evaluaron su percepción sobre la relación de la motivación del personal y la responsabilidad social empresarial de los micro empresarios del rubro de confecciones textiles; respecto de lo cual se observa un nivel de correlación  $r = 0,9542$  generado por la relación de la dimensión *Compromiso* de la variable *Motivación del personal* con la dimensión *Gobierno de la empresa* de la variable *Responsabilidad social empresarial*; lo cual implica una relación positiva y alta; sin embargo la significancia estadística es baja; lo que estaría indicando que existen otros factores que condicionan dicho comportamiento entre ambas variables.

## 4.5. Comprobación de hipótesis

### 4.5.1. Comprobación de primera hipótesis específica,

**Tabla 19:**

*Promedios por expresiones de dimensiones de variable Motivación del personal*

Compromiso		Identificación		Entusiasmo	
P1	3,46	P7	3,35	P14	2,89
P2	3,54	P8	3,27	P15	2,99
P3	3,47	P9	3,25	P16	2,98
P4	3,49	P10	3,42	P17	2,76
P5	3,57	P11	3,33		
P6	3,64	P12	3,23		
		P13	3,19		

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Tabla 20:**

*Promedios por dimensiones de variables*

Variable independiente: Motivación del personal		Variable dependiente: Responsabilidad social empresarial	
Dimensiones	Promedios	Dimensiones	Promedios
Compromiso	3,53	Económica	3,40
Identificación	3,29	Gobierno de empresa	3,02
Entusiasmo	2,90	Relación con comunidad	2,71

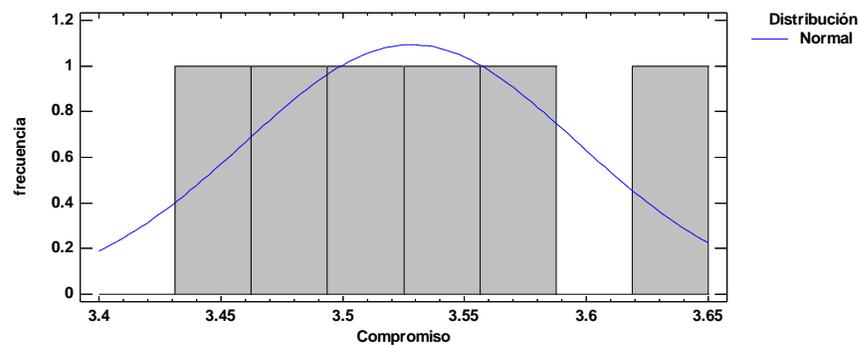
**Fuente:** Encuesta aplicada

**Tabla 21:**  
*Prueba de Normalidad para dimensión Compromiso*

<i>Prueba</i>	<i>Estadístico</i>	<i>Valor-P</i>
Estadístico W de Shapiro-Wilk	0,931706	0,603516

**Nota:** Debido a que el valor-P más pequeño de las pruebas realizadas es mayor o igual a 0.05, no se puede rechazar la idea de que *Compromiso* proviene de una distribución normal con 95% de confianza. Fuente: tabla 19.

**Figura 7:**  
*Gráfico de histograma para dimensión Compromiso*



**Fuente:** Tabla 21

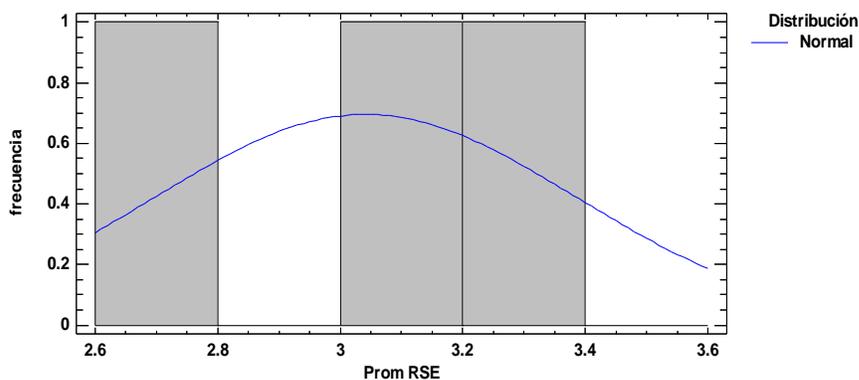
**Tabla 22:**  
*Prueba de Normalidad para variable Responsabilidad social empresarial*

<i>Prueba</i>	<i>Estadístico</i>	<i>Valor-P</i>
Estadístico W de Shapiro-Wilk	0,995902	0,87765

**Nota:** Debido a que el valor-P más pequeño de las pruebas realizadas es mayor o igual a 0.05, no se puede rechazar la idea que valores de variable Responsabilidad social empresarial proviene de una distribución normal con 95% de confianza. Fuente: tabla 20

**Figura 8:**

*Gráfico de histograma para Responsabilidad social empresarial*



Fuente: Tabla 22

### Hipótesis:

#### **H<sub>i</sub>:**

La relación del Compromiso y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

#### **H<sub>0</sub>:**

La relación del Compromiso y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa.

## Prueba de Hipótesis

**Correlación de Pearson:** Promedios por expresiones de dimensión *compromiso* de la variable *motivación del personal* vs. Promedios por dimensión de variable *responsabilidad social empresarial*.

Variable motivación del personal	Promedio por dimensión de la variable responsabilidad social empresarial
Promedios por expresiones de dimensión <i>compromiso</i>	-0,1953
	(3)
	0,8749

**Nota:** Se muestra las correlaciones momento producto de Pearson, entre cada par de variables. El rango de estos coeficientes de correlación va de -1 a +1, y miden la fuerza de la relación lineal entre las variables; el número de pares de datos utilizados para calcular cada coeficiente. El tercer número es un valor-P que prueba la significancia estadística de las correlaciones estimadas. **Fuente:** tablas 20 y 21

### Decisión:

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = -0,1953$  y el  $p\text{-value} = 0,8749$  se acepta la hipótesis  $H_0$ ; por tanto, se afirma que *La relación del Compromiso y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa*; dada su relación inversa, negativa, denotando una asociación lineal muy débil entre dimensión y variable analizada; sugiriendo que dicha relación pudiera estar condicionada por factores distintos y con nula probabilidad que el evento se repita en muestras mayores.

#### 4.5.2. Comprobación de segunda hipótesis específica,

**Tabla 23:**

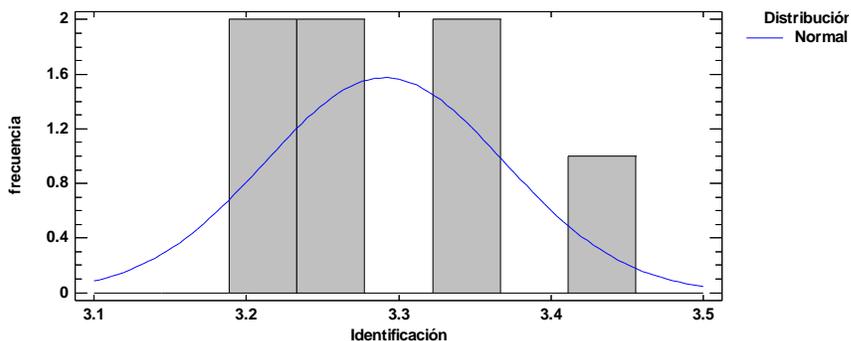
*Prueba de Normalidad para dimensión Identificación*

Prueba	Estadístico	Valor-P
Estadístico W de Shapiro-Wilk	0,960654	0,833385

**Nota:** Debido a que el valor-P más pequeño de las pruebas realizadas es mayor o igual a 0.05, no se puede rechazar la idea de que Identificación proviene de una distribución normal con 95% de confianza. Fuente: tabla 19.

**Figura 9:**

*Gráfico de histograma para Identificación*



Fuente: Tabla 23

#### Hipótesis:

##### **H<sub>i</sub>:**

La relación de la Identificación y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

##### **H<sub>0</sub>:**

El La relación de la Identificación y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa.

## Prueba de Hipótesis

**Correlación de Pearson:** Promedios por expresiones de dimensión *identificación* de la variable *motivación del personal* vs. Promedios por dimensión de variable *responsabilidad social empresarial*.

Variable motivación del personal	Promedio por dimensión de la variable responsabilidad social empresarial
Promedios por expresiones de dimensión <i>identificación</i>	0,9412
	(3)
	0,2194

**Nota:** Se muestra las correlaciones momento producto de Pearson, entre cada par de variables. El rango de estos coeficientes de correlación va de -1 a +1, y miden la fuerza de la relación lineal entre las variables; el número de pares de datos utilizados para calcular cada coeficiente. El tercer número es un valor-P que prueba la significancia estadística de las correlaciones estimadas. **Fuente:** tablas 20 y 21

### Decisión:

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = 0,9412$  y el  $p\text{-value} = 0,2194$  se acepta la hipótesis  $H_0$ ; por tanto, se afirma que *La relación de la Identificación y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa*; denotándose una asociación lineal positiva y fuerte entre dimensión y variable analizada; sin embargo la significancia estadística es muy débil; lo cual pudiera sugerir que la fortaleza de la relación se debe a otros factores y con nula probabilidad que el evento se repita en muestras mayores.

### 4.5.3. Comprobación de tercera hipótesis específica,

**Tabla 24:**

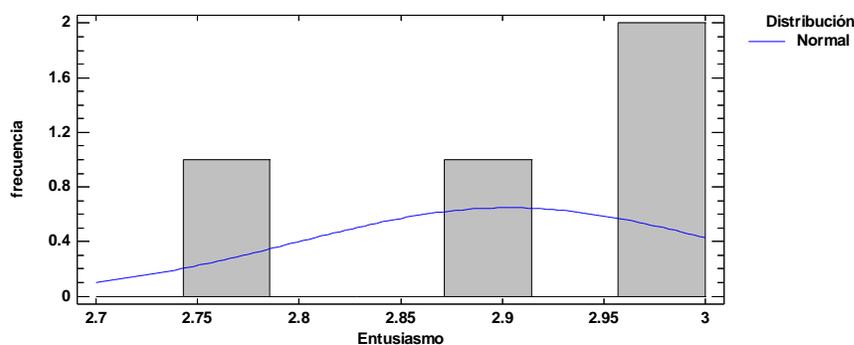
*Prueba de Normalidad para Entusiasmo*

Prueba	Estadístico	Valor-P
Estadístico W de Shapiro-Wilk	0,879872	0,486211

**Nota:** Debido a que el valor-P más pequeño de las pruebas realizadas es mayor o igual a 0.05, no se puede rechazar la idea de que Entusiasmo proviene de una distribución normal con 95% de confianza. Fuente: tabla 20.

**Figura 10:**

*Gráfico de histograma para Entusiasmo*



Fuente: Tabla 25

### Hipótesis:

#### H<sub>i</sub>:

La relación del Entusiasmo y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

#### H<sub>0</sub>:

La relación del Entusiasmo y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa.

## Prueba de Hipótesis

**Correlación de Pearson:** Promedios por expresiones de dimensión *entusiasmo* de la variable *motivación del personal* vs. Promedios por dimensión de variable *responsabilidad social empresarial*.

Variable motivación del personal	Promedio por dimensión de la variable responsabilidad social empresarial
Promedios por expresiones de dimensión <i>entusiasmo</i>	-0,8395
	(3)
	0,3657

**Nota:** Se muestra las correlaciones momento producto de Pearson, entre cada par de variables. El rango de estos coeficientes de correlación va de -1 a +1, y miden la fuerza de la relación lineal entre las variables; el número de pares de datos utilizados para calcular cada coeficiente. El tercer número es un valor-P que prueba la significancia estadística de las correlaciones estimadas. **Fuente:** tablas 20 y 21

### Decisión:

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = -0,8395$  y el  $p\text{-value} = 0,3657$  se acepta la hipótesis  $H_0$ ; por tanto, se afirma que *La relación del Entusiasmo y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa*; la relación es inversa, negativa, denotándose una asociación lineal moderadamente fuerte; sin embargo, la debilidad de la significancia estadística sugiere que dicha relación estaría condicionada por otros factores y con nula probabilidad que el evento se repita en muestras mayores.

#### 4.5.4. Comprobación de hipótesis general,

**Tabla 25:**

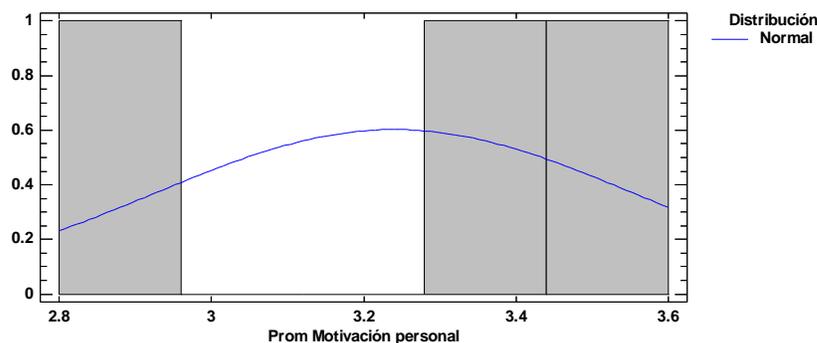
*Prueba de Normalidad para variable motivación del personal*

Prueba	Estadístico	Valor-P
Estadístico W de Shapiro-Wilk	0,981454	0,739098

**Nota:** Debido a que el valor-P más pequeño de las pruebas realizadas es mayor o igual a 0.05, no se puede rechazar la idea de que motivación del personal proviene de una distribución normal con 95% de confianza. Fuente: tabla 20

**Figura 11:**

*Gráfico de histograma para motivación del personal*



Fuente: Tabla 26

#### Hipótesis:

##### **H<sub>i</sub>:**

La relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.

##### **H<sub>0</sub>:**

La relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa.

## Prueba de Hipótesis

**Correlación de Pearson:** Promedios por dimensiones de la variable *motivación del personal* vs. Promedios por dimensiones de variable *responsabilidad social empresarial*.

Variable motivación del personal	Promedio por dimensión de la variable responsabilidad social empresarial
Promedios por dimensión de variable <i>motivación del personal</i>	0,9799
	(3)
	0,1278

**Nota:** Se muestra las correlaciones momento producto de Pearson, entre cada par de variables. El rango de estos coeficientes de correlación va de -1 a +1, y miden la fuerza de la relación lineal entre las variables; el número de pares de datos utilizados para calcular cada coeficiente. El tercer número es un valor-P que prueba la significancia estadística de las correlaciones estimadas. **Fuente:** tablas 20 y 21

### Decisión:

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = 0,9799$  y  $p\text{-value} = 0,1278$  por ciento se acepta la hipótesis  $H_0$ ; por tanto, se afirma que *La relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, no es significativa*. La relación es positiva, denotándose una asociación lineal fuerte; sin embargo, la debilidad de la significancia estadística sugiere que dicha relación estaría condicionada por otros factores y con nula probabilidad que el evento se repita en muestras mayores.

#### 4.6. Discusión de resultados

Los encuestados, a través de los instrumentos de recopilación de datos, valoraron la percepción sobre la motivación del personal en empresas del rubro confecciones textiles, en la región Tacna, año 2019; tal como se muestra en la tabla 16 que consolida la percepción sobre motivación del personal evaluando las actividades a través de las dimensiones de Compromiso, Identificación y Entusiasmo; la cuales resultan medibles operativamente tal como se puede observar de la relación demostrada con la contrastación de la segunda hipótesis específica:  $r = -0,8395$ ; lo que se condice, además, con Macías et al. (2021) cuando expresan sobre el particular que, “la identificación y el sentido de pertenencia generan un compromiso en el trabajador; el mantener el entusiasmo le permite la mejora del espacio compartido, favorece el clima organizacional y facilita el trabajo colaborativo” (p. 564)

La percepción sobre la responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la región Tacna, año 2019, por parte de los encuestados reportó un *nivel regular* dado la ratio = 3,04 contrastado con el nivel de significancia del resultado; siendo una valoración positiva dado que resulta del involucramiento de procesos organizacionales básicos, de soporte y de valor, por lo que se puede coincidir con Enciso et al. (2020) cuando expresan que “las empresas deben atender las demandas de los consumidores, yendo más allá de la simple venta, para impulsar con sus acciones un equilibrio tridimensional de los aspectos de la RSE” (p. 15) lo cual, contribuiría a la sostenibilidad de los negocios cuya exigencia tiende a influir favorablemente en externalidades vinculadas a sus grupos de interés.

De las tablas 16 y 17 se puede observar que la percepción de la motivación del personal ha sido evaluada como de *nivel alto* y la responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la región Tacna, año 2019 ha sido

evaluado como de *nivel regular*; ello trae a colación la importancia e implicancia de los factores de motivación del personal, tal como lo afirman Marín et al. (2017) “A mayor grado de motivación laboral en los factores motivacionales, mayor grado de satisfacción laboral del personal de Socios en Salud Sucursal Perú” (p. 51); en el mismo sentido se reafirma la necesidad de establecer acciones concretas tendientes a estimular la proyección de los esfuerzos de los colaboradores hacia fines de valor de la organización, tal como lo expresan Jiménez et al. (2020) al recomendar “motivar a los colaboradores o empleados a que logren los objetivos propuestos, fomentar el sentido de pertenencia y promover la innovación y la creatividad, en un ambiente de trabajo confortable” ( p. 21)

La valoración de la percepción *nivel regular* respecto de la responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la región Tacna, año 2019 deja entrever que habría acciones que eventualmente dificultan el despliegue de vinculación con el entorno social responsable como los factores vinculados a débil relación de los colaboradores con el gobierno de la empresa, entre otros; lo que se condice con lo expresado por Muñoz et al. (2020) “sólo mediante la coordinación de las diferentes áreas en términos financieros, de recurso humano y de la gestión podrá determinar la relación” (p. 138) en el entendido que la estrategia organizacional debiera esforzarse por comunicar los objetivos organizacionales e integrar los objetivos personales de los colaboradores, mediante fluidez en la información del negocio en todas sus áreas.

En la Tabla 16 se observa que la expresión 17 *Aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo*; ha sido evaluada con un *nivel regular* =2,76 lo cual pudiera entenderse como la capacidad potencial de los colaboradores para comprender las decisiones directivas y para integrarse a los esfuerzos de valor y de responsabilidad social empresarial; lo que se condice con lo mencionado por Aguirre et al. (2019) cuando mencionan que la

motivación del colaborador despliega un proceso “impulsado por fuerzas internas o que actúan sobre él, inicia, dirige y mantiene una conducta orientada a alcanzar determinados incentivos que le permiten la satisfacción de sus necesidades, mientras simultáneamente intenta alcanzar las metas de la organización” (p. 55)

En la investigación, desde la perspectiva transeccional la contrastación de la hipótesis mostró una relación directa y asociación fuerte entre las variables motivación del personal y responsabilidad social, en empresas del rubro confecciones textiles en la región Tacna, año 2019 ; sin embargo la prueba estadística reporta un nivel de significancia  $>0,05$  de implicancia no relevante, sin significancia estadística para la investigación; la debilidad de la significancia estadística sugiere que dicha relación estaría condicionada por otros factores; lo que se condice con Lara et al. (2021) cuando traslucen la necesidad de evaluar y considerar otros aspectos que condicionan la gestión de la RSE, por lo que la organización debe “tener una mayor relación con los consumidores, una mejor imagen de marca, mejora en el ambiente laboral, la facilidad de generación de alianzas con empresas que compartan los mismos valores, entre otros” (p. 111); sin, duda factores directamente vinculados a generar competitividad e incremento de rentabilidad para los negocios.

## CONCLUSIONES

### PRIMERA:

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = -0,1953$  el  $p\text{-value} = 0,8749$  se considera que la relación entre la dimensión *Compromiso* y la *Gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019* es de manera inversa y negativa, denotándose una asociación lineal muy débil entre dimensión y variable; carente de significancia estadística para la investigación; situación que, estaría condicionada por el comportamiento de los entrevistados dada su inclinación, mayoritariamente, por expresar su evaluación a nivel de la dimensión *Compromiso* (tabla 10) en las categorías: 3 (importante); y, 4 (muy importante), observándose un total de 57/83 respuestas a la categoría 4 (muy importante) respecto de la muestra de entrevistados para la expresión P6) *Aunque no sea pedido, gusto por hacer bien el trabajo*; y, dado que 45/83 personas respondieron por la misma categoría 4 (muy importante) a la expresión P2) *Sentir compromiso con la institución por lo que ha recibido de ella*; siendo los valores más relevantes.

### SEGUNDA:

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = 0,9412$  se considera que la relación entre la dimensión *Identificación* y la *Gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019* denota una asociación lineal positiva y fuerte entre dimensión y variable analizada; sin embargo es inexistente la significancia estadística resultante dado el  $p\text{-value} = 0,2194$ ; lo cual pudiera sugerir que la fortaleza de la relación se debe a otros factores; situación que, estaría condicionada por el comportamiento de los entrevistados dada su inclinación, mayoritariamente, por expresar su evaluación a nivel de la dimensión *Identificación* (tabla 11) en las categorías: 3 (importante); y, 4 (muy importante), observándose un total de 59/83

respuestas a la categoría 3 (importante) respecto de la muestra de entrevistados para la expresión P13) *Querer trabajar por largo tiempo en la institución*; y, dado que 54/83 personas respondieron por la misma categoría 3 (importante) a la expresión P7) *De poder traer, traería familiares y amigos a trabajar en la institución*; siendo los valores más relevantes.

### **TERCERA:**

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = -0,8395$  se considera que la relación entre la dimensión *Entusiasmo* y la *Gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019* denota una asociación lineal inversa, negativa y moderadamente fuerte entre dimensión y variable analizada; sin embargo es inexistente la significancia estadística resultante dado el  $p\text{-value} = 0,3657$ ; lo cual pudiera sugerir que la fortaleza de la relación se debe a otros factores; situación que, estaría condicionada por el comportamiento de los entrevistados dada su inclinación, mayoritariamente, por expresar su evaluación a nivel de la dimensión *Entusiasmo* (tabla 12) en la categoría: 3 (importante); observándose un total de 45/83 respuestas a la categoría 3 (importante) respecto de la muestra de entrevistados para la expresión P17) *Aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo*; y, dado que 36/83 personas respondieron por la misma categoría 3 (importante) a la expresión P15) *Pertenecer a la institución hace que se realice mejor esfuerzo*; siendo los valores más relevantes.

### **CUARTA:**

Dada la perspectiva transeccional de la evaluación y estando al coeficiente de correlación  $r = 0,9799$  se considera que la relación entre la variable *Motivación del personal* y la *Gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019* denota una asociación lineal directa, positiva y

fuerte entre las variables analizadas; sin embargo es inexistente la significancia estadística resultante dado el  $p\text{-value} = 0,1278 (> 0,05)$ ; lo cual pudiera sugerir que la fortaleza de la relación se debe a otros factores; situación que, estaría condicionada por el comportamiento de los entrevistados dada la diferencia de percepción sobre el nivel entre la variable *motivación del personal* valorada como de nivel alto dado el promedio general = 3,24 (tabla 16); y la variable *Gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019* valorada como de nivel regular dado el promedio general = 3,04 (tabla 17).

## **RECOMENDACIONES**

### **PRIMERA:**

Las micro empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna deben reforzar la gestión del *compromiso* de los colaboradores a efectos de sostener la *motivación del personal*; sobre todo en los aspectos de, *aunque no sea pedido, gusto por hacer bien el trabajo*; y, *sentir compromiso con la institución por lo que ha recibido de ella*.

### **SEGUNDA:**

Las micro empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna deben reforzar la gestión de la *identificación* de los colaboradores a efectos de sostener la *motivación del personal*; sobre todo en los aspectos de, *querer trabajar por largo tiempo en la institución*; y, *de poder traer, traería familiares y amigos a trabajar en la institución*.

### **TERCERA:**

Las micro empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna deben mejorar la gestión del *entusiasmo* de los colaboradores a efectos de sostener la *motivación del personal*; sobre todo en los aspectos de, *aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo*; y, *pensar pocas veces que el trabajo es monótono y aburrido*.

### **CUARTA:**

Las micro empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna deben reforzar la gestión del *compromiso* de los colaboradores a efectos de sostener la *motivación del personal*; y, la manera de informar e integrar a los colaboradores sobre *la gestión de gobierno de la empresa*; a efectos de mejorar la *gestión con responsabilidad social*.

## PROPUESTA DE MEJORAS

### PRIMERA

Las micro empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna deben diseñar e implementar un plan de gestión de la *motivación del personal* en los colaboradores; el mismo que debe contener los siguiente ámbitos y objetivos:

a) Gestión del compromiso:

Enfoque a desarrollar:

- i) *aunque no sea pedido, gusto por hacer bien el trabajo*
- ii) *sentir compromiso con la institución por lo que ha recibido de ella.*  
*Compromiso.*

b) Gestión de la identificación:

Enfoque a desarrollar:

- iii) *querer trabajar por largo tiempo en la institución*
- iv) *de poder traer, traería familiares y amigos a trabajar en la institución.*

c) Gestión del entusiasmo:

Enfoque a desarrollar:

- v) *aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo*
- vi) *pensar pocas veces que el trabajo es monótono y aburrido.*

### SEGUNDA

Las micro empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna deben diseñar e implementar directivas internas para informar e integrar a los colaboradores sobre la *gestión con responsabilidad social*; enfocándose en los siguientes temas:

- a) La gestión económica de la empresa
- b) La gestión de gobierno de la empresa
- c) La gestión de la relación con la sociedad

## REFERENCIAS

- Aguirre, E.; Calvache, M. & Osejo, D. (2019, p. 55). *Prueba Psicométrica MEIL: Motivación Extrínseca e Intrínseca en el Contexto Laboral*. Revista Criterios-26 (2)- rev.crit.- pp. 35 - 59. ISSN: 0121-8670, ISSN Electrónico: 2256-1161, Universidad Mariana, San Juan de Pasto. Nariño. Colombia. 2019.
- Alvarado, A., Bigne, E., Aldas, J. & Curras, R. (2017). *A Scale for Measuring Consumer Perceptions of Corporate Social Responsibility Following the Sustainable Development Paradigm*. Journal of Business Ethics, 140(2), 243-262. doi: 10.1007/s10551-015-2654-9
- Bernal, J.; Leo E. & Navarrete M. (2019, p. 113). *Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores*. R.A.N. Vol. 4 (2) 2019. ran.udec.cl. Artículo de investigación.
- Bom-Camargo, Y. (2021, p. 143). *Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial*. Revista de Ciencias Sociales (Ve). XXVII (2). 130-146
- Buitrago, J. (2020, p. 110). *La comunicación corporativa de la responsabilidad social empresarial (rse): el caso de las empresas de la provincia Sabana Centro de Cundinamarca, Colombia*. Gestión & organizaciones. Innovar. 31(80) 97-112. <https://doi.org/10.15446/innovar>.
- Burga, G. & Wiese, S. (2018). [Tesis] *Motivación y desempeño laboral del personal administrativo en una Empresa Agroindustrial de la región Lambayeque*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Escuela de Postgrado. Repositorio <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1108>
- Cadena, E. (2019). [Tesis] *La motivación y su relación con el desempeño laboral en la Empresa ENVATUB S.A.* Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Psicología. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2877>

- Carhuacusma, M. (2021). [Tesis] *Motivación laboral en trabajadores de la empresa Contratistas Generales C&B S.R.L, Huancayo – 2020*. Universidad continental. Escuela Académico Profesional de Psicología. <https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10505/2/>
- Cubas, N. (2016). [Tesis] *La motivación y su influencia en el rendimiento laboral del personal en la I.E- ADEU Deportivo SAC- Chiclayo*. Universidad Señor de Sipán. Facultad de Ciencias Empresariales. Repositorio institucional <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4366>
- Chiroque, A. (2020). [Tesis] *La motivación laboral y la rotación de personal nombrado en la Municipalidad Provincial de Chiclayo*. Universidad Señor de Sipán. Escuela Académico Profesional de Administración. Repositorio institucional <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8443>
- Enciso, S.; Ruíz L. & Camargo, D. (2020, p. 15). *Responsabilidad social empresarial como determinante de la intención de compra del consumidor: un análisis mediante modelamiento con ecuaciones estructurales*. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño ISSN-E 2539-0554. Vol. XXI No. 2 – 2do Semestre 2020, Julio-diciembre - Páginas 1-18.
- Feldman, M. & Becherman, N. (2014). *La competitividad y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia de negocios en la PYMES de la CABA*. Buenos Aires: Universidad UCES.
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2010) [Texto] *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. México Edit. McGraw Hill.
- Jaimes, M.; Jacobo, C. & Ochoa, S. (2020, p. 211). *Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria*. Tiempo & economía. 8(2) 201-217. <https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Jiménez, I.; Molina, G.; & Palma, E. (2020). *Gestión gerencial y motivación del personal en las empresas mixtas del rubro petrolero venezolano*. Revista Espacios. Vol. 41 (Nº 08) Año 2020. Pág. 21.

- Lara, I. & Sánchez, J. (2020, p. 111). *Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México*. Mercados y Negocios. Año 22, número. 43, enero-junio, 2021.
- León, G. (2017). [Tesis] *La motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de Cajay- Huari, año 2017*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Profesional de Administración. Repositorio UNJFSC. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/805>
- Linares, J. (2017). [Tesis] *Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017*. Universidad César Vallejo. Escuela de Posgrado. Repositorio digital institucional <https://hdl.handle.net/20.500.12692/9005>
- Macías, E.; & Vanga, M. (2021, p. 564). [ Artículo científico de investigación] *Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora Institucional*. Universidad del Zulia (LUZ). Revista Venezolana de Gerencia 548-567. ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423.
- Marín, H. & Placencia, M. (2017, p. 51). *Incidencia de la gestión gerencial en la calidad de servicios de salud en la Red de Salud Otuzco, 2017*. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>. Horiz. Med. 2017; 17(4): 42-52.
- Miranda, M. (2018). [Trabajo de suficiencia profesional] *Ambiente laboral y motivación del personal en empresas aseguradoras de Lima metropolitana*. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. P.A. Administración de Empresas. Repositorio institucional PIRHUA. <https://hdl.handle.net/11042/3610>
- Moreno, M. & Morales P. (2018). [Tesis] *Incidencia de la gestión gerencial en la calidad de servicios de salud en la Red de Salud Otuzco, 2017*. Universidad César Vallejo. Escuela de Posgrado. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11811>
- Münch, L., & Patiño Gómez, F. (2010). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Prentice Hall.

- Muñoz, N.; Ruíz L. & Camargo, D. (2020, p. 138). *Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura*. Encuentros, 18(02), 128-141. <https://doi.org/10.15665/re.v18i02.2406>.
- Pelayo, J. (s.f.). La motivación laboral. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/382954573/La-motivacion-laboral-pdf>.
- Peña, H.; & Villón, S. (2017, p. 189). *Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional*. Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC, C.A.
- Pitre, R.; Hernández H. & Orozco, B. (2020, p. 41). *Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial*. Dictamen Libre, (27). <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6269>
- Quezada, M.; & Torres, T. (2017, p. 40). *Representaciones sociales de la motivación laboral y la productividad de los trabajadores de la salud, La Piedad, Michoacán, México*. Rev. Salud. Bosque. Repositorio <http://dx.doi.org/10.18270/rsb.v7i1.2093>
- Rodríguez, J. (2020, p. 218). *Acciones necesarias para mejorar la relación causa-efecto entre la inversión en prácticas de gestión de recursos humanos y la motivación en la empresa*. Información Tecnológica. Vol. 31(2), 207-220 (2020).
- Sánchez, A. (2017, p. 138). *Hacia una concepción estratégica de la responsabilidad social empresarial (RSE)*. *Hacia una concepción estratégica de la responsabilidad social empresarial (RSE)*. Cultura, 2017, 31, 115-140 (enero - diciembre). ISSN (Impreso): 1817-0285 ISSN (Digital): 2224-3585. <https://doi.org/10.24265/cultura.2017.v31.06>.
- Sánchez, E. & Soto, G. (2020, p. 47). *Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de su aplicación en Pequeñas y Medianas empresas peruanas*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Gestión y Alta Dirección.

- Sánchez, J.; Seminario, A. & Oruna, A. (2021, p. 128). [Artículo científico de investigación] *Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros*. Revista de Ciencias de la Administración y Economía. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.07>.
- Solano, D. (2009, p.39). *Responsabilidad social: estrategias sostenibles para el desarrollo y la competitividad*. Lima: Universidad ESAN.
- Stuart, N. & Aráoz, A. (2016, p. 58). [Artículo de investigación científica] *La responsabilidad social empresarial: herramienta estratégica para la competitividad de las Pymes de la cadena de valor de la gran empresa del rubro textil*. Gestión en el Tercer Milenio, Revista de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas. UNMSM (Vol. 19-I, N° 37, Lima, enero - junio 2016). <https://doi.org/10.15381/gtm.v19i37.13775>

## APENDICE

### Matriz de consistencia

#### Proyecto de Investigación correlacional

#### Título: Relación de la motivación del personal y la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>1. TERROGANTE PRINCIPAL</b></p> <p>¿De qué manera es la relación de la motivación del personal y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019?</p> <p><b>2. INTERROGANTES ESPECÍFICAS</b></p> <p>a. ¿De qué manera es la relación del Compromiso y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019?</p> <p>b. ¿De qué manera es la relación de la Identificación y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019?</p> <p>c. ¿De qué manera es la relación del Entusiasmo y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019?</p>	<p><b>1. OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar de qué manera es la relación de la motivación del personal; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.</p> <p><b>2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a. Describir de qué manera es la relación del Compromiso; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.</p> <p>b. Describir de qué manera es la relación de la Identificación; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.</p> <p>c. Describir de qué manera es la relación del Entusiasmo; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019.</p>	<p><b>1. HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>La relación de la motivación del personal; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.</p> <p><b>2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>a. La gestión La relación del Compromiso; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.</p> <p>b. La relación de la Identificación; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.</p> <p>c. La relación del Entusiasmo; y, la gestión con responsabilidad social en empresas del rubro confecciones textiles, en la Región Tacna, año 2019, es significativa.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p><b>Variable independiente (X)</b> <b>(X1): Motivación del personal</b> <b>Indicadores:</b></p> <p>a. Compromiso b. Identificación. c. Entusiasmo</p> <p><b>Variable dependiente (Y)</b> <b>(Y1): Responsabilidad Social Empresarial</b> <b>Indicadores:</b></p> <p>a. Económicas b. Gobierno de la empresa c. Relación con la comunidad</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b> <b>(X1): Compromiso</b> <b>Indicadores:</b></p> <p>a. Tiempo para el trabajo. b. Compromiso por lo recibido c. Gusto por el trabajo d. Procura no faltar e. Dar lo mejor por pertenecer a la empresa f. Aunque no le pidan siente gusto por trabajar</p> <p><b>(X2): Identificación.</b> <b>Indicadores:</b></p> <p>a. Traería familiares a trabajar b. Satisfacción por opinión de su trabajo c. Sentirse cómodo y a gusto en el trabajo d. Siente orgullo por la empresa al escuchar opinión de desconocidos e. Satisfacción al pensar que empresa sea líder f. Siente ser parte de la empresa aun afuera g. Desea trabajar mucho tiempo en la empresa</p> <p><b>X3): Entusiasmo</b> <b>Indicadores:</b></p> <p>a. Piensa que el trabajo es monótono b. Perteneció a la empresa y se esfuerza más. c. Disfruta de la jornada de trabajo d. Aunque no sea reconocido trabaja con entusiasmo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tipo de investigación</b> Social – Básica</li> <li>• <b>Nivel de la investigación</b> Descriptiva correlacional Enfoque cuantitativo.</li> <li>• <b>Diseño de investigación</b> No experimental – Transeccional</li> <li>• <b>Población</b> Conformada por 211 clientes de empresas del rubro de confecciones textiles de Tacna, año 2019.</li> <li>• <b>Muestra</b> <i>n</i> = 83 Clientes</li> <li>• <b>Técnicas de recolección de datos.</b> Encuestas</li> <li>• <b>Instrumentos</b></li> </ul> <p>i) Test de percepción de motivación del personal. Macías et. al. (2021, p. 561)</p> <p>ii) Test de percepción de RSE – adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58).</p>

## Instrumentos utilizados

<b>ENCUESTA</b>						
<p><b>Estimado trabajador de empresas de confecciones textiles de Tacna, le pedimos su apoyo para la aplicación de ésta Encuesta, cuyo objetivo es determinar la percepción de motivación del personal, en éstas empresas.</b></p> <p><b>En cada uno de los ítems o situaciones que se describen señale con una puntuación de 0 a 4 la frecuencia con que nota que percibe que el personal de ésta empresa de confecciones textiles presenta las situaciones descritas. Debiendo utilizar para ello los siguientes criterios:</b></p> <p><b>Nada importante = 0; Poco importante = 1; Moderadamente importante = 2; Importante = 3; Muy importante = 4</b></p>						
Nº	Preguntas	0	1	2	3	4
1	Dedicar más tiempo al trabajo del que corresponde					
2	Sentir compromiso con la institución por lo que ha recibido de ella					
3	Gusto por el trabajo que se realiza					
4	Procura de no faltar al trabajo para que la institución no se vea afectada					
5	Considerar que se debe dar lo mejor de sí a la institución por la oportunidad de trabajar en ella					
6	Aunque no sea pedido, gusto por hacer bien el trabajo					
7	De poder, traer traería familiares y amigos a trabajar en la institución					
8	Satisfacción porque otros sepan que se trabaja en la institución					
9	Sentirse cómodo y a gusto trabajando en la institución					
10	Si se escucha a desconocidos hablar bien de la institución, el sentimiento es de orgullo					
11	Satisfacción por pensar que la institución puede llegar a ser líder en el rubro					
12	Sentirse parte de la institución aún fuera del horario de trabajo					
13	Querer trabajar por largo tiempo en la institución					
14	Pensar pocas veces que el trabajo es monótono y aburrido					
15	Pertenecer a la institución hace que se realice mejor esfuerzo					
16	Disfrute de la jornada de trabajo					
17	Aunque a veces no se reciba reconocimiento de los superiores, se realiza el trabajo con entusiasmo					
<p><b>Fuente:</b> Adaptado de Macías et. al. (2021, p. 561)</p>						

### ENCUESTA

Estimado trabajador de empresas de confecciones textiles de Tacna, le pedimos su apoyo para la aplicación de ésta Encuesta, cuyo objetivo es determinar la percepción de actuación con responsabilidad social, en ésta empresa.

En cada uno de los ítems o situaciones que se describen señale con una puntuación de 0 a 4 la frecuencia con que percibe que ésta empresa de confecciones textiles presenta las situaciones descritas. Debiendo utilizar para ello los siguientes criterios:

**Nada importante = 0; Poco importante = 1; Moderadamente importante = 2; Importante = 3; Muy importante = 4**

Nº	Preguntas	0	1	2	3	4
1	Gestión de RRHH busca calidad de vida laboral segura y saludables					
2	Relación con el cliente contribuye a su bienestar					
3	Que existe Políticas de calidad					
4	Que existe políticas de producto acorde a necesidades					
5	Que existe políticas de atención al cliente					
6	Que la relación con proveedores es óptima					
7	Demuestra conducta ética en todas sus acciones					
8	Actúan con transparencia					
9	Respetan la regulación sobre empresas textiles, laboral y tributaria					
10	Respetan al medio ambiente					
11	Conocen anhelos y necesidades de la comunidad					
12	Conocen los problemas de la comunidad					

**Fuente:** Adaptado de Stuart et. al. (2016, p.58)

## Matriz de datos.

VI: MOTIVACIÓN DEL PERSONAL																	
Mype	Compromiso						Identificación							Entusiasmo			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	4	2	3	2	3
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	2
4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2
6	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2
7	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3
8	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
9	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
10	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3
11	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2
12	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3
14	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3
15	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
16	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2
17	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
18	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
19	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	2	3	2	2
20	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3
21	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
22	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	2
24	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2
25	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3
26	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
27	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2
28	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	2	2
29	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3
30	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3
31	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
32	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3
33	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3
34	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	2	2
35	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3
36	3	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3
37	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2
38	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3
39	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3
40	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2

41	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	4	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3
43	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	2	4	3	2
44	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	3	3
45	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3
46	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	4	2
47	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
48	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3
49	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2
50	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3
51	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3
52	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3
54	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	3
55	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3
56	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2
57	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3
58	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2
60	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	2	4	2
61	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
62	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	2
63	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
64	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4
65	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	3
66	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2
67	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	2	3	2
68	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4
69	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	4	3	3	2	4	2	2
70	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3
71	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	2	4	3	2
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	3	2	4
73	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	2	3	2
74	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3
75	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
76	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4
77	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	4
78	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3
79	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4
80	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	2	2
81	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	2	3	3	2	4
82	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3
83	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3

VD: Responsabilidad Social Empresarial												
Mype	D Económica						Gbn de empresa			Rel con comunidad		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3
4	2	2	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2
3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	2	3
4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2
5	2	2	4	2	4	3	2	3	3	2	3	3
6	3	3	4	2	4	2	3	3	2	2	3	3
7	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3
8	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
9	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2
10	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2	3
11	3	2	4	2	4	2	2	3	3	2	3	3
14	3	2	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2
13	3	3	4	2	4	4	3	2	2	3	3	3
14	3	2	4	2	4	4	2	2	3	3	2	2
15	2	2	4	2	4	3	2	3	3	3	2	2
16	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
17	3	2	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3
18	3	2	4	2	4	4	2	3	3	2	2	4
19	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3
20	2	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	4
21	3	2	4	2	4	4	2	3	3	2	2	3
22	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3
23	3	2	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3
24	3	2	4	2	4	4	2	2	3	2	2	3
25	2	2	4	2	4	4	2	3	3	3	2	4
26	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3
27	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3
28	3	2	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4
29	3	2	4	2	4	3	2	3	3	2	3	3
30	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	4
31	3	2	4	3	4	3	3	3	2	2	3	4
32	2	2	4	2	4	4	3	3	2	2	2	4
33	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	2	3
34	3	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3
35	2	4	4	4	3	4	2	3	2	3	2	4
36	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	4
37	2	3	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3
38	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3
39	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4
40	2	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	4

41	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4
42	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4
43	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3
44	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	2	4
45	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4
46	3	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3
47	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3
48	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	2	4
49	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	4
50	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4
51	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4
52	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
53	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4
54	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4
55	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3
56	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4
57	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4
58	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3
60	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4
61	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4
62	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4
63	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4
64	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	2	4
65	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3
66	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4
67	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4
68	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
70	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
71	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	2	4
72	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4
73	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4
74	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3
75	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4
76	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	3
77	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3
78	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4
79	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4
80	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
81	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4
82	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3
83	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4