

Rev. Ciencia, Tecnología y Humanidades 7(1): 141 – 156, 2016
Revista de Investigación Científica
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

La Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva de desarrollo sostenible y su influencia en la competitividad empresarial de San Martín

Jorge A. Ramirez M¹

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido un relevante protagonismo en los últimos años como signo del compromiso de la empresa con sus distintos grupos de interés, la empresa socialmente responsable debe ser consciente que su accionar puede ocasionar impactos a cualquier individuo o grupo de interés. A nivel científico se ha demostrado que la RSE influye de forma positiva sobre los resultados financieros de las empresas de gran nivel, pero no se ha estudiado su impacto sobre la competitividad, una variable que tiene gran interés para los directivos de empresas por su repercusión a nivel estratégico e integral y su consiguiente implicación en el desarrollo de cualquier sector empresarial más aún si esta se trata de una Mipyme.

Por otro lado, a pesar del importante peso relativo que en la economía tienen las Mipymes, y su tratamiento diferenciado a la hora de diseñar políticas estratégicas, son pocos los estudios que apliquen la RSE en las Mipymes. Este trabajo examina cómo contribuye a la competitividad de las Mipymes la adopción de prácticas de RSE bajo el enfoque de desarrollo sostenible, utilizando para ello un estudio realizado a 130 empresas de tamaño, micro, pequeño y mediano, ubicadas en la Región San Martín, Perú. Aplicando para eso escalas de medición, para evaluar las acciones de RSE y la Competitividad Empresarial consideradas como tales en su dimensión correspondiente. Los resultados demuestran que más allá de la teoría, de maquillaje empresarial o de moda fugaz, las acciones de RSE, desde la óptica de los gestores de las empresas tienen una influencia significativa en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la Región San Martín.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Competitividad, Mipymes, Desarrollo Sostenible, Región San Martín.

Corporate Social Responsibility from a sustainable development perspective and its influence in the business competitiveness of San Martín.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) has acquired an important role in recent years as a sign of commitment to the company and its various interest groups, the socially responsible company should be aware that their actions can cause impacts to any individual or interest group. Scientifically it has been shown that CSR has a positive influence on the financial results of the high level companies, but has not been studied its impact on competitiveness, a variable that is of great interest to business managers for their impact on strategic and comprehensive level and subsequent involvement in the development of any business sector even more so if this is a Mipyme.

On the other hand, despite the important relative weight in the economy they have Mipymes, and differential treatment when designing strategic policies, few studies applying CSR in Mipymes. This work examines how it contributes to the competitiveness of Mipymes adopting CSR practices under the sustainable development approach, using a study of 130 micro, small and medium companies, located in the San Martín Region, Peru. By applying for this measurement scales to assess the actions of CSR and Business Competitiveness considered in the corresponding dimension. The results show that beyond theory, business makeup or fleeting fashion, CSR activities have a significant influence on the competitiveness of manufacturing Mipymes in the San Martín region.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Competitiveness, MSMEs, Sustainable Development, San Martín Region.

¹ Universidad Nacional Mayor de San Marcos

ja_rm54@hotmail.com

Recibido : 10 abril 2016

Aceptado : 15 octubre 2016

Introducción

Si bien es cierto que la aparición del concepto de Responsabilidad Social Empresarial se da en el siglo XX, este adquiere notoriedad en el transcurso de este siglo, perfilándose como un nuevo paradigma en la gestión empresarial. La evolución del concepto de RSE se inició a partir de la aparición del planteamiento de Howard Bowen en 1953, dando cuenta de la interacción que se da entre la empresa y la sociedad.

Será Milton Friedman (1972) quien avivó el debate, planteando que la rentabilidad de la empresa es incompatible con las preocupaciones sociales, es decir, que el único objetivo de la empresa debe ser maximizar el beneficio. Posteriormente aparece Freeman para responder a Friedman mediante la Teoría de los grupos de interés, planteando que la empresa no solamente debe responder al interés de los accionistas sino debe tener en cuenta a todos los Grupos de Interés.

Serán Carroll (1979), Drucker (1984), Husted y Allen (2000), Sarbutts, (2003); De la Cuesta y Valor (2003); Luken y Stares (2005); Porter y Kramer (2006), Olcese (2007), Alvarado (2008), Revell et al. (2010) entre otros, quienes defiendan sobre como el comportamiento responsable de la empresa y su adopción en la estrategia de la empresa puede llegar a originar una mejora en la competitividad de la misma.

Bajo este contexto, el objetivo principal de esta investigación es *estudiar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Mipymes de San Martin desde una*

perspectiva de desarrollo sostenible y su relación con la competitividad empresarial.

A su vez también se pretende alcanzar una serie de objetivos específicos que, tiene que ver con cada una de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial y la medida, en que individualmente cada una estas influyen en la Competitividad, las cuales son:

- Proponer, desarrollar y validar una escala para la medición de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en las dimensiones propuestas por la perspectiva del Desarrollo Sostenible y de la Competitividad de las Mipymes manufactureras de la Región San Martin.
- Determinar el grado de influencia que tienen las acciones de RSE en su Dimensión Económica en la Competitividad de las Mipymes manufactureras de San Martin.
- Determinar el grado de influencia que tienen las acciones de RSE en su Dimensión Ambiental en la Competitividad de las Mipymes manufactureras de San Martin.
- Determinar el grado de influencia que tienen las acciones de RSE en su Dimensión Social en la Competitividad de las Mipymes de San Martin.

Para alcanzar los objetivos que persigue la presente investigación, se decidió orientar el estudio por el paradigma positivista, el cual nos permitirá conocer, descubrir, verificar e identificar relaciones causales

entre conceptos que proceden de un modelo teórico previo de la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad, a través de la operacionalización de las variables identificadas, empleando técnicas de muestreo con el objeto de minimizar el efecto de las mismas. Para ello, se establecen cuatro hipótesis para medir el grado de influencia que tienen las prácticas de RSE en la Competitividad de las Mipymes manufactureras de San Martín, estas hipótesis son:

- H1: La adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial por parte de las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, desde una perspectiva de Desarrollo Sostenible, influyen significativamente sobre la competitividad empresarial de las mismas.
- H2: Los empresarios de las Mipymes manufactureras de la Región San Martín perciben que las acciones de RSE en

su Dimensión Económica influyen significativamente en la competitividad empresarial.

- H3: Los empresarios de las Mipymes manufactureras de la Región San Martín perciben que las acciones de RSE en su Dimensión Ambiental influyen significativamente en la competitividad empresarial.

- H4: Los empresarios de las Mipymes manufactureras de la Región San Martín perciben que las acciones de RSE en su Dimensión Social influyen significativamente en la competitividad empresarial.

Modelo Conceptual

El modelo conceptual considera las relaciones causales que se dan entre las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial: Económica, Ambiental y Social y su influencia directa sobre la competitividad de las empresa.

Introducción

La investigación fue desarrollada en cinco fases bien diferenciadas,

cuya secuencia lógica se describen a continuación:

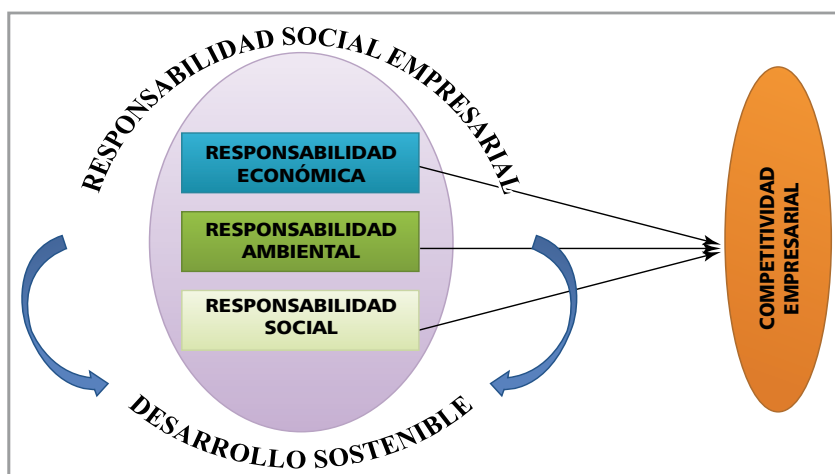


Figura 1. Modelo de la RSE y la Competitividad Empresarial.

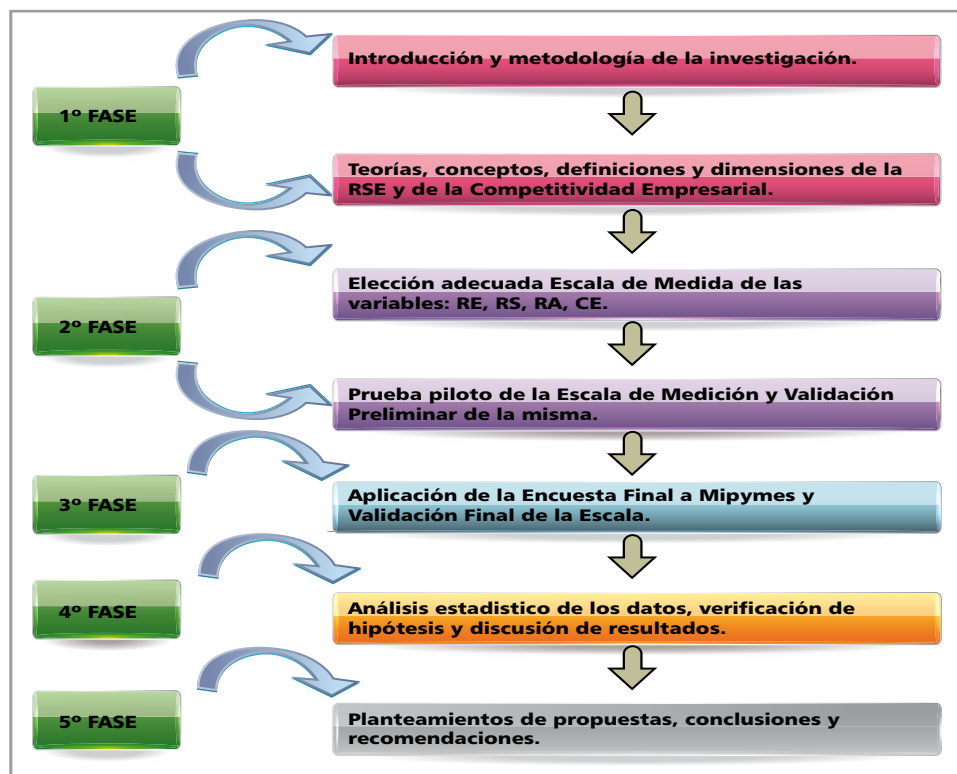


Figura 2. Fases y procesos de la Investigación.

El diseño de la investigación es de tipo aplicada y correlacional, ya que se relacionan las variables de la Responsabilidad Social Empresarial, bajo la perspectiva del Desarrollo Sostenible con la Competitividad Empresarial. El propósito principal de una investigación correlacional, “es conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006:46)

Visto así se hizo una investigación de tipo transversal, porque se midió una sola vez las variables en estudio, relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad Empresarial, los cuales fueron obtenidas de la realidad del ámbito de estudio, que corresponden a las Mipymes manufactureras de la Región San Martín para proceder a su posterior descripción y análisis.

Dicha medición final se hizo a una muestra de 130 Mipymes distribuidas proporcionalmente entre las 10 provincias de la Región San Martín, mediante la aplicación aleatoria de una encuesta validada a los Directivos de las Mipymes, para recabar información sobre las acciones que actualmente están desarrollando sus empresas en materia de Responsabilidad Social Empresarial bajo la perspectiva del Desarrollo Sostenible, esto es teniendo en cuenta la Triple Línea de Resultados: Responsabilidad Económica, Responsabilidad Ambiental y Responsabilidad Social. Asimismo para recabar información sobre la percepción que tienen los directivos de las empresas sobre el nivel competitivo de las mismas, este instrumento fue aplicado en el periodo del 17/08/2015 al 20/11/2015.

La encuesta final consta de 3 secciones:
Sección de Aspectos Básicos

El objetivo es el de recabar información general de la empresa, sobre la gerencia, aspectos organizativos y actividad económica de la misma, consta de 09 preguntas de selección y 01 abierta.

Sección de Responsabilidad Social Empresarial

El objetivo de esta sección es el de obtener información sobre las acciones que están realizando las Mipymes en lo concerniente a las tres dimensiones de la RSE: Económica, Ambiental y Social, llegando a concluir con un cuestionario final que constó de 21 ítems, todos son enunciados cerrados y de opción múltiple.

Los ítems del cuestionario inicial se desarrollaron a partir de la Escala propuesta

por Alvarado (2008) seguida de una revisión bibliográfica, detallada, guiada y contrastada mediante el Modelo Telaraña descrito en la

Figura 3, el cual es concordante con el modelo conceptual planteado y adaptado al contexto de la investigación empírica, que es la actividad industrial y agroindustrial de la Región San Martín-Perú, concordante con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU), el cuestionario considera ítems para medir en forma subjetiva y a partir de la calificación de los directivos de las Mipymes, sobre las acciones que están realizando en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, en su: Dimensión económica (X1) que consta de 07 ítems, Dimensión Ambiental (X2) constando de 07 ítems; Dimensión Social (X3) representados por 07 ítems.

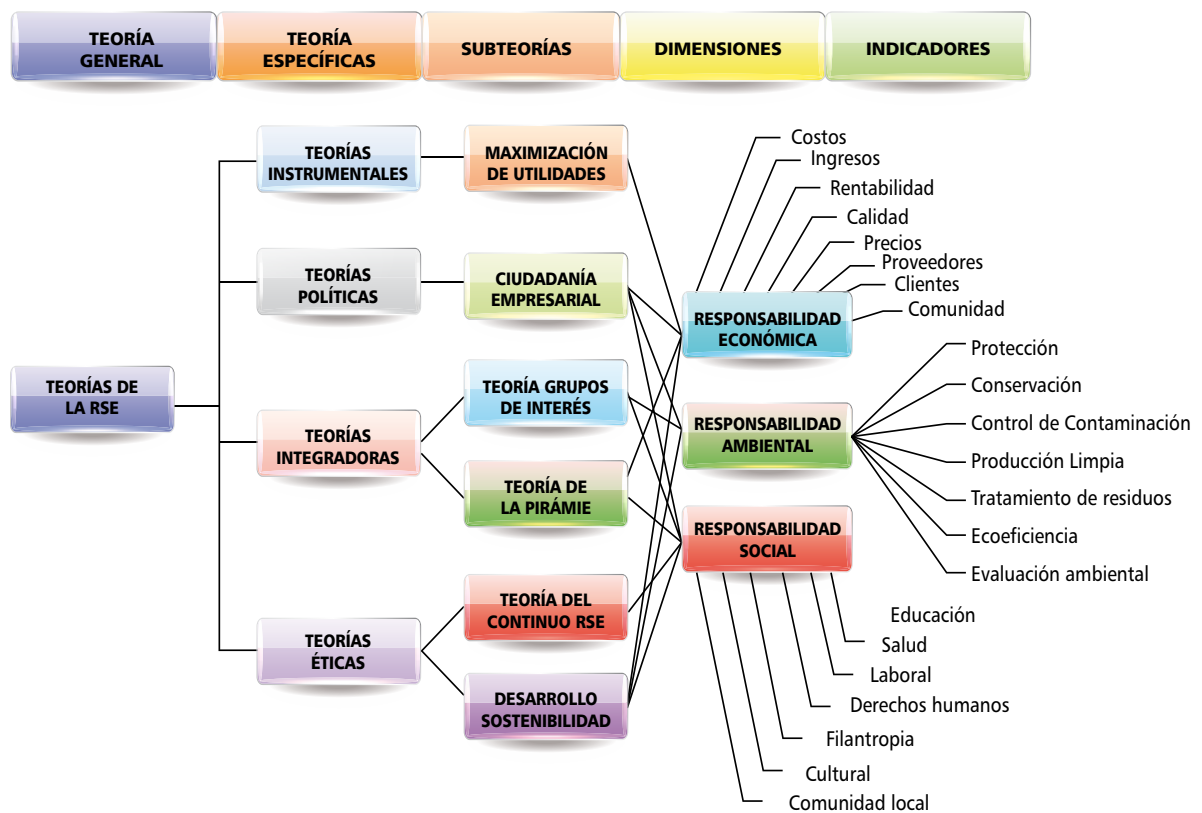


Figura 3. Modelo Telaraña de la RSE y los indicadores de la Escala.

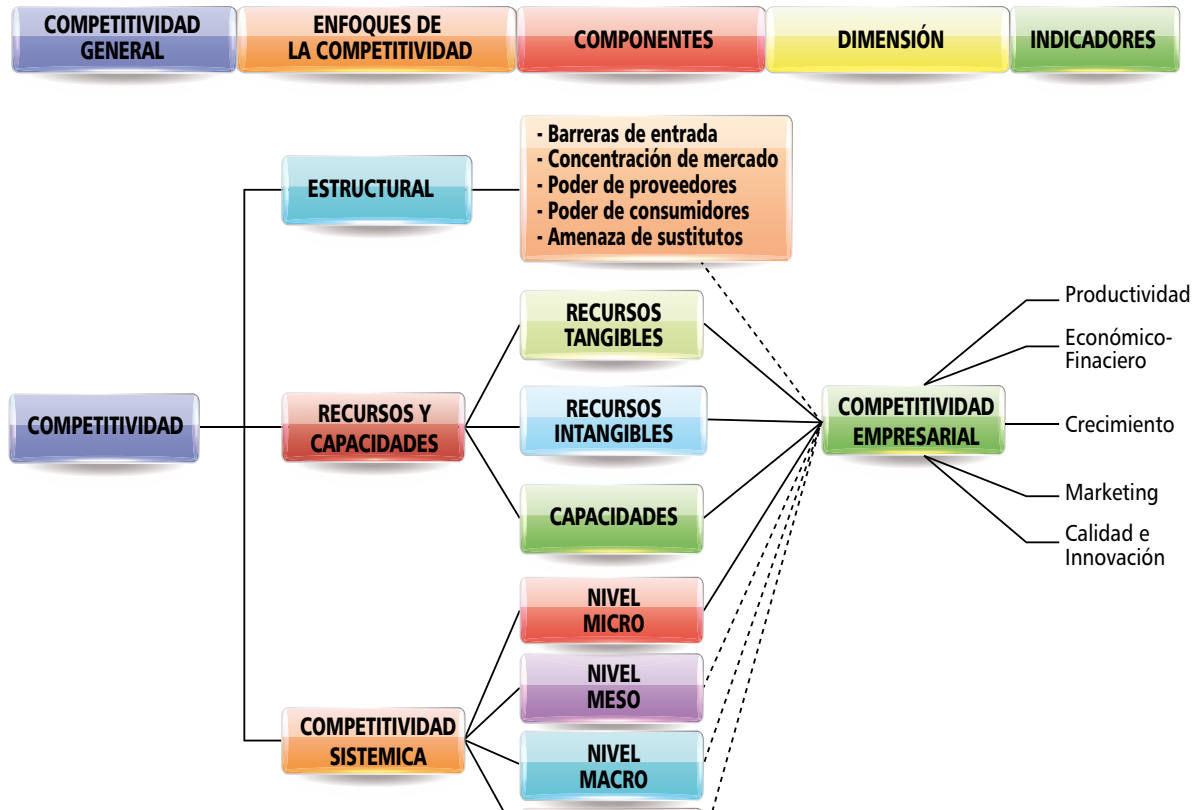


Figura 4. Modelo Telaraña de la Competitividad Empresarial y los indicadores de la Escala.

Sección de Competitividad Empresarial

El objetivo de esta sección es el de obtener información de la variable dependiente, referida a la percepción por parte de los Gerentes y/o propietarios, de la posición competitiva de la empresa. Los ítems del cuestionario se desarrollaron a partir de la Escala propuesta por Marín, L. & Rubio, A. (2008) seguida de una Revisión Bibliográfica, detallada, guiada y contrastada mediante el Modelo Telaraña descrito en la Figura 4, el cual es concordante con el modelo conceptual planteado y adaptado al contexto de la investigación. Consta de 06 enunciados, todos son cerrados y de opción múltiple.

Formato de Medida de las escalas

Para medir los constructos de la

Responsabilidad Social Empresarial y de la Competitividad Empresarial se optó por establecer como formato, una escala métrica-ordenada, estructurada con la técnica de Likert con punto neutral y con siete puntos de asignación de respuesta.

- Totalmente en desacuerdo
- Totalmente de acuerdo

Similar caso para el constructo de la Competitividad Empresarial se consideraron solamente los extremos como:

- Mucho peor que la competencia
- Mucho mejor que la competencia.

Para la aplicación del instrumento, en un 95%,

se realizó mediante visitas in situ por parte del investigador y su equipo, a cada una de las Mipymes consideradas en la muestra.

Resultados

La muestra la componen 130 Mipymes manufactureras de Región San Martín cuyas características se muestran en los gráficos siguientes:

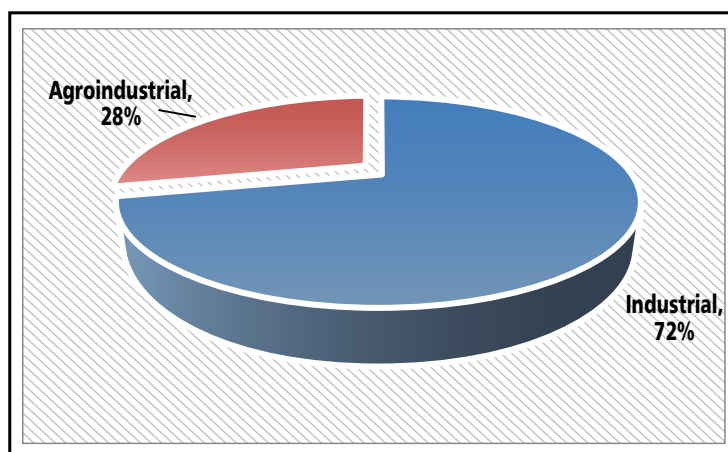


Figura 5. Sector que pertenece la empresa.

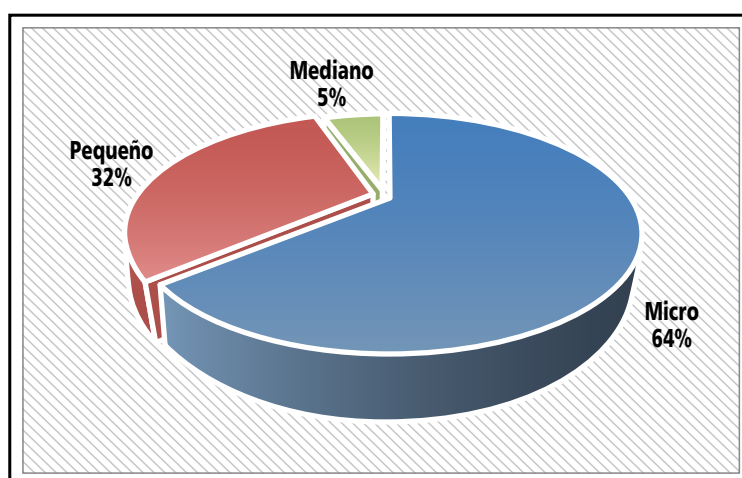


Figura 6. Tipo de empresa.

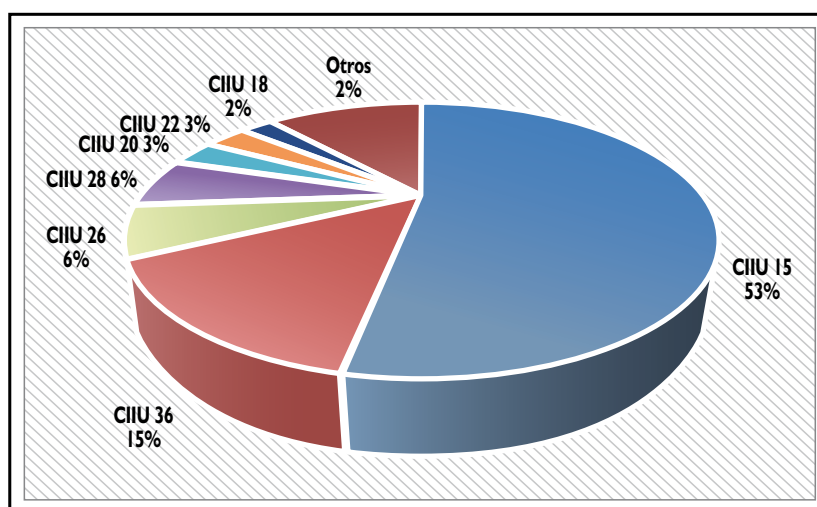


Figura 7. % de empresas por división CIU.

Análisis de Fiabilidad de las escalas de medición desarrolladas

Los resultados del análisis de fiabilidad y algunos estadísticos de las 4 escalas desarrolladas se registran en el Tabla 1. Como podrá apreciarse para

todas las variables, los Coeficientes de Fiabilidad Interna (α) son adecuados al tipo de estudio que se está haciendo. En concordancia con lo planteado por Nunnally y Bernstein (1994), (cit. Vila et al., 2000:13).

Tabla.1.
Fiabilidad de las Escalas desarrolladas.

Variables	Media	D.T	α
Responsabilidad Económica	38,47	4,41	0,809
Responsabilidad Ambiental	31,93	6,46	0,871
Responsabilidad Social	36,77	5,06	0,862
Competitividad Empresarial	29,64	4,49	0,891

Validez de Contenido (Juicio de Expertos)

Hecha a través de la puesta a consideración de 05 expertos de la Escala de medición inicial, basado en el procedimiento seguido por Zaichkowsky (1985) (cit. Alvarado, A. 2008:235) se logró afinar y depurar 03 ítems de la Escala Inicial: 01 de la escala de Responsabilidad Económica y 02 ítems de Responsabilidad Social, quedando conformada el cuestionario por 27 ítems. El criterio utilizado fue el excluyente, que es, el de eliminar aquellos ítems calificados, por cualquiera de los expertos, como “no representativos” para las dimensiones especificadas.

Validez Convergente

Sirve para encontrar grupos homogéneos de componentes a partir de un conjunto numeroso de indicadores, es por tanto una técnica que busca el número mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos (Fonseca, K. 2007:95), existe validez convergente cuando la medida se correlaciona fuertemente y de forma positiva con otras medidas del mismo constructo (Cruz, S. 2001:172), cuyos resultados se obtuvieron a través del Análisis Factorial Confirmatorio.

Tabla.2.
Análisis Factorial Confirmatorio de las Escalas.

Variables	KMO	Prueba Bartlett	Var. Expl.
RE	0,851	0,000	0,481
RA	0,873	0,000	0,577
RS	0,863	0,000	0,572
CE	0,884	0,000	0,648

Todas a excepción de una tienen explicaciones mayores que 50%, según lo recomendado por Fornell y Larcker (1981), las explicaciones mayores al 50% son aceptables.

Validez Discriminante

La validez discriminante se presenta, si diversos instrumentos de medida, están diseñados para medir distintas variables latentes, entonces las correlaciones entre dichos instrumentos son bajas. Una escala tiene, pues, validez discriminante cuando no mide un constructo para el que no se diseñó (Vila,

et al. 2000:26). La validez discriminante de las escalas de medición se verifica a través del Test de la Varianza Extraída, Fornell y Larcker, (1981). Según este procedimiento, se calcula el Índice de Varianza Extraída (varianza total explicada) para cada uno de las escalas cuya validez discriminante se desea saber y luego se compara con el cuadrado de las correlaciones entre las dos escalas (Vila et al. 2000:45), Gallardo et al. (2013:19); si este IVE es mayor que las correlaciones al cuadrado entonces se confirma la validez discriminante.

Tabla.3.
Resultados de Test de Varianza Extraída.

Variable	Índice	RE	RA	RS	CE
RE	IVE	0,48			
RA	ρ^2	0,25	0,57		
RS	ρ^2	0,47	0,48	0,57	
CE	ρ^2	0,45	0,24	0,42	0,64

Validez Nomológica

Se afirma la existencia de validez nomológica cuando los valores de un constructo elaborado con las escalas validadas están relacionados con los de otro constructo apoyando empíricamente relaciones teóricas (Vila, et al. 2000:46).

Para eso, se verificó si las escalas de medición de Responsabilidad Social Empresarial se relacionan positivamente con la Competitividad Empresarial representado por el Ítem 27: “La calidad e innovación de su empresa es...” que es un ítem global y transversal a todas las dimensiones.

Tabla.4.
Validez Nomológica.

Variar.	Ítem 27 de la Escala CE	
	Coefficientes correlación	Significatividad
RE	0.488	0.000
RA	0.445	0.000
RS	0.509	0.000
CE	0.809	0.000

Se confirma la Validez nomologica, porque todos los Coeficientes de correlacion se relacionan positivamente con el Item 27 de la Escala de medicion de la Competitividad Empresarial y su nivel de significancia tambien es adecuada ($p < 0.001$)

Validez de Criterio

Indica la eficacia de una determinada escala para pronosticar

una variable (criterio) a partir de la medicion efectuada, Muñiz, J. (1996) (cit. Cruz, S. 2001:182)

Para el presente estudio, se determinó la Validez de Criterio, al comprobarse que las correlaciones entre las escalas de medición de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad Empresarial son positivas y significativas

Tabla.5.
Validez de Criterio.

Competitividad Empresarial	Variables Independientes		
	RE	RA	RS
Correlación	0.675	0.496	0.655
Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000
N	130	130	130

Resultados de la Regresión Múltiple

En la Tabla 6, muestra que las dimensiones de la Responsabilidad Económica y Responsabilidad Social tienen una relación positiva con la competitividad Empresarial,

teniendo una incidencia significativa en ella. No así, el caso de la Responsabilidad Ambiental, que tiene una relación positiva pero insignificante con la Competitividad Empresarial, debido a que el valor de este, es cercano a cero.

Tabla.6.
Resultados de la Regresión Múltiple.

Variab.	Coefic.	Std. Error	T- Statist.	Prob.
C	1,3666	2,4569	0,5562	0,5790
RE	0,4263	0,0860	4,9562	0,0000
RA	0,0401	0,0592	0,6785	0,4986
RS	0,2878	0,0902	3,1911	0,0018
R2			0,525351	
Adjusted R2			0,514050	
F-Statistic			46,48646	
Prob.(F-statistic)			0,000000	
Durbin-Watson stat.			1,467208	

Ecuación de Regresión
CE=1.3666 + 0.4263*RE + 0.0401* + 0.2878*RS

Discusión

En esta investigación se pone de manifiesto la influencia significativa, que se da entre las variables independientes, correspondientes a prácticas de RSE de las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, en materia de: Responsabilidad Económica (X1), Responsabilidad Ambiental (X2) y la Responsabilidad Social (X3) aplicadas en forma conjunta, con la variable dependiente de la Competitividad Empresarial (Y) de las mismas, evidenciada mediante la ecuación de regresión:

Estadísticamente demostrada a través del indicador de Relevancia Global del Análisis de Regresión Múltiple:

• Test de Fisher: **FC > FT (46.48 > 2.68)**

• Prueba P: **P = 0.000000 < 0.05**

Con esto se verifica el carácter multidimensional que tiene la Responsabilidad Social Empresarial visto en conjunto desde una perspectiva de Desarrollo Sostenible, aplicado en las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, confirmándose lo concluido por Alvarado, A (2008), y también acorde con los hallazgos de las investigaciones de Curras (2007) y de García de los Salmones et al. (2005), también confirmatorios de la multidimensionalidad del constructo pero basados en el Modelo de Carroll (1979 y 1999), lo que incrementa el valor de esta contribución al cuerpo de conocimientos de la Competitividad y de la RSE.

Analizando el grado de explicación entre las variables independientes y la

dependiente, se pudo determinar que las variables Responsabilidad Económica (X1), Responsabilidad Ambiental (X2) y Responsabilidad Social (X3) en su conjunto son factores explicativos del Nivel de la Competitividad Empresarial (Y) de las Mipymes del sector manufacturero en un **52.5%**. Este resultado es mucho mayor que el de otros estudios sobre la Competitividad, como es el caso de: Aragón y Rubio (2005) en donde el grado de explicación del éxito competitivo es de un $R^2 = 0.395$ corresponde a algunos factores que no es la RSE; Marín y Rubio (2008) cuyo Coeficiente de determinación fue de 0,213 el cual explica la relación de la RSC desde la perspectiva de la Teoría de la Pirámide, con el éxito competitivo; y un valor mayor que, el de Gallardo et al., (2013) que obtuvo como índice de varianza extraída media (Varianza explicada) de 0,359; que relaciona la Orientación hacia la RSE y la Competitividad de las Pymes de Extremadura.

Por otro lado el análisis individual, de la relación que se da entre la variable independiente de la Responsabilidad Económica (X1) y la variable dependiente de la Competitividad Empresarial (Y), es que, esta es muy significativa, ya que los resultados indican que a mayores acciones de Responsabilidad Económica, las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, obtiene una mayor competitividad. Esto se pudo constatar con la Prueba de Relevancia Individual del Análisis de Regresión, en el cual se obtuvo (**TC = 4.956981 > TT**

= **1.97906**), evidenciada por el valor del Coeficiente de Regresión de dicha variable, que es significativo (**RE=0.426**). Esto indica que las Mipymes manufactureras priorizan las acciones que tienen que ver con la obtención de la eficiencia económica en sus operaciones, reducción costos, generación de mayores ingresos, satisfacción de las necesidades de los clientes, asimismo buscar generar economías en la comunidad.

Asimismo, el análisis individual, de la relación que se da entre la variable independiente de la Responsabilidad Ambiental (X2) y la variable dependiente de la Competitividad Empresarial (Y), es que, esta no es significativa. Esto se pudo constatar con la Prueba de Relevancia Individual del Análisis de Regresión, en el cual se obtuvo (**TC = 0.678597 < TT = 1.97906**), evidenciada por el valor del Coeficiente de Regresión de dicha variable, que es cercano a cero (**RA=0.04**). Esto indica en la práctica, que las Mipymes manufactureras no están realizando acciones de gestión ambiental apropiadas, o que las mismas son irrelevantes para la conservación, preservación y cuidado del medio ambiente. Tal como se determinó en el Análisis descriptivo de las variables, las practicas relacionadas con el ítem RA13 “La empresa hace uso racional del agua, la energía,..” es la mejor calificada por los gestores, debido a su visibilidad inmediata en materia de costos, afectando directamente a la empresa, en contraparte con la práctica del ítem RA14 “La empresa tiene en cuenta los impactos ambientales al desarrollar nuevos productos” que es la peor evaluada y los ítems RA9, RA10 y RA11

están mínimamente calificados; debido a que los efectos de estos no se visibilizan por ser externalidades de la empresa, pero su impacto a futuro será significativo y preponderante para la sostenibilidad ambiental.

Merece especial atención las actividades agroindustriales, correspondientes a las actividades de producción de alimentos y bebidas, si bien es cierto que se están desarrollando empresas relacionados con los cultivos bandera como Café, Cacao, palma aceitera, palmito, etc. con una orientación claramente enmarcada en pro del desarrollo sostenible, con buenas prácticas de RSE; con organizaciones asociativas, con producción orgánica, con buenas prácticas de manufactura, y de comercio justo. Esto no compensa la actitud generalizada de las Mipymes manufactureras en cuanto al desempeño pobre y deficiente mostrado en la parte ambiental.

Por último, el análisis individual de la relación que se da entre la variable independiente de la Responsabilidad Social (X3) y la variable dependiente de la Competitividad Empresarial (Y), es que, esta es significativa, pero en menor medida que la Responsabilidad Económica. Esto se pudo constatar con la Prueba de Relevancia Individual del Análisis de Regresión, en el cual se obtuvo (**TC = 3.191163 > TT = 1.97906**), evidenciada por el valor del Coeficiente de Regresión de dicha variable, que es relativamente significativo (**RS=0.287**). Esto indica que las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, si bien es cierto que están realizando acciones que contribuyen a la formación,

el desarrollo de sus recursos humanos y la mejora de las condiciones laborales, aun a estas, les falta considerar en su real dimensión la visibilidad del capital humano con respecto a la competitividad, esto se corrobora con la evaluación mínima que tiene el ítem “La empresa fomenta actividades educativas y de capacitación para con el personal”, en contraparte con la evaluación máxima obtenida por el ítem

“La empresa da un trato justo a sus trabajadores, independiente del género, raza, procedencia, etc.”, que es de menor impacto que la anterior, esta situación se determinó en el Análisis descriptivo de las variables. Esto nos da una idea que las Mipymes manufactureras adolecen de políticas de inversión importante y bien orientada en la formación y desarrollo de su personal.

Conclusiones

En la presente investigación se ha llegado a desarrollar y validar un conjunto de indicadores que definen la RSE en sus tres dimensiones asimismo lo correspondiente a la Competitividad Empresarial; lo cual se hizo a partir de las Escalas propuestas por Alvarado (2008) y Marín & Rubio (2006) seguida de una Revisión Bibliográfica detallada, guiada y contrastada mediante el Modelo Telaraña descrito en los Gráficos 3 y 4.

La escala final obtenida arroja 21 indicadores para la RSE, distribuidas en sus diversas dimensiones: Responsabilidad Económica 07 ítems, Responsabilidad Ambiental 07 ítems y Responsabilidad Social 07 ítems. En lo que corresponde a la Competitividad Empresarial la escala de medición contiene 06 ítems.

Todas las escalas pasaron las pruebas de Fiabilidad, poseen Validez de Contenido (Juicio de Expertos), Validez de Constructo, así también Validez de criterio.

Los resultados de esta investigación, evidencian que las diferencias en la competitividad de las Mipymes

manufactureras de la Región San Martín, son explicadas en un 52.5% por la Triple Línea de Base: Económico, Social y Ambiental, que es el Desarrollo Sostenible; correspondiente a un $R^2=0,525$. También, corroborada por la Validez Predictiva de la RSE para con la Competitividad Empresarial y otros indicadores de Relevancia Global del Análisis de Regresión Múltiple obtenidos.

Con esto se demuestra que las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, ejecutan más prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su conjunto de las que son conscientes aunque no se les denomine así, y por tanto de las que comunican, que es lo que se conoce como “Responsabilidad Social Silenciosa” Jenkins, (2004); Jamali et al, (2009).

Se demostró el grado significativo de influencia que tienen las acciones de la RSE en su Dimensión Económica sobre la Competitividad de las Mipymes manufactureras de San Martín. Esto indica que en el desempeño de las Mipymes manufactureras de San Martín, estas priorizan las acciones que tienen que ver con

la reducción de costos, generación de mayores ingresos, satisfacción de las necesidades de los clientes, mejora de la calidad y atención al cliente.

Quedó contrastado el escaso o poco grado de influencia que tienen actualmente las acciones de RSE en su Dimensión Ambiental sobre la Competitividad de las Mipymes manufactureras de San Martín. Esto indica en la práctica, que las Mipymes manufactureras de San Martín no están realizando acciones que buscan la eficiencia en el uso de los insumos y energía en los procesos productivos y el respeto, preservación y cuidado del medio ambiente, considerando a estos como costos y no como una inversión que vaya a

repercutir en su competitividad, contribuye a esto la visión cortoplacista del empresario.

Se verificó el grado relativamente significativo de influencia que tienen las acciones de la RSE en su Dimensión Social, en la Competitividad de las Mipymes manufactureras de San Martín. Esto indica que las Mipymes manufactureras de la Región San Martín, si bien es cierto que están realizando acciones que contribuyen a dotar a sus colaboradores de las condiciones mínimas adecuadas para su desarrollo personal y profesional, así como para el desempeño de sus funciones en forma sana y segura, aún les falta poner en valor la visibilidad del capital humano con respecto a la competitividad.

Referencias

- Alvarado, A. (2008). "Responsabilidad Social empresarial percibida desde una perspectiva sostenicentrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista", Tesis Doctoral, Universidad de Valencia.
- Aragón, A. & Rubio, A. (2005). "Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PYMES del estado de Veracruz". Universidad de Murcia. España.
- Bearden, W.O., Netemeyer, R.G. y Teel, J.E. (1989). Measurement of consumer Susceptibility to interpersonal influence. *Journal of Consumer Research*, 15(4), 473-481.
- Bernal, et al., (2016). "Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales para analizar los sistemas de gestión en la integración de la RSC y su influencia en la estrategia y el performance de las empresas tecnológicas". *Revista de Métodos cuantitativos para la Economía y la Empresa* (21). Junio 2016. Pags. 77 - 102. Universidad Pablo de Olavide Sevilla, España.
- Biasca, R. (2000). Resultados: la fórmula para crecer en el vértigo competitivo. Ediciones Granica. Argentina.
- Carroll, A. B., (1979): "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance". *Academy of Management Review*, 4.
- Cochran, P. L. y Wood, R. A. (1984): «Corporate Social Responsibility and Financial Performance», *Academy*

- of Management Journal, volume 27, páginas: 42-56.
- Cruz, S. (2001). "Relación entre el enfoque de gestión de la calidad y el desempeño organizativo: una aproximación desde la perspectiva basada en los recursos". Tesis de Doctorado, Universidad de Valencia, España.
- Currás, R. (2007). Comunicación de la responsabilidad social corporativa: imagen e identificación con la empresa como antecedentes del comportamiento del consumidor. Tesis Doctoral, Universitat de València, Valencia.
- De la Cuesta, M. y Valor, C (2003): "RSE: concepto, medición y desarrollo en España". Boletín Económico ICE, 2755, pp. 7 – 19.
- Drucker, P.F. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. California Management Review, 26 (2), 53-63.
- Fornell, C. y Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18, 39-50
- Gallardo et al., (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la Responsabilidad Social Corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review.
- García de los Salmones, M.d.M., et al., (2005). Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. Journal of Business Ethics, 61 (4), 369-385.
- Hair, J. F.; et al., (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research European Business Review, 26(2), 106–121.
- Hair, J.F.; et al., (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139–152.
- Henseler, J.; (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. New Challenges to International Marketing, Advances in International Marketing (Vols. 1-0, Vol. 20, pp. 277–319). Emerald Group Publishing Limited. Retrieved April 9, 2015, from [http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Husted, B.W. y Allen, D.B. (2000). Is it ethical to use ethics as strategy? Journal of Business Ethics, 27 (1/2), 21-31.
- Jamali, D., et al., (2009). Peculiar strengths and relational attributes of SMEs in the context of CSR. Journal of Business Ethics, 87(3), 355–377.
- Jenkins, H. (2004). A critique of conventional CSR theory: An SME perspective. Journal of General Management, 29(4), 37.
- Kliksberg, B. (2006). RSE, un imperativo ético y económico. Suplemento económico. Buenos Aires: diario

- larín. Disponible en: <http://edant.clarin.com/suplementos/economico/2006/09/24/n-01277220.htm>
- Marín, L. y Rubio, A. (2008). “¿Moda o factor competitivo? Un estudio empírico de la Responsabilidad Social Corporativa en la Pyme”, ICE Tribuna Económica, Mayo – Junio 2008. N° 842, España.
- McCull-Kennedy, J.R. y Fetter, R.E., jr., (1999): “Dimensions of consumer searchbehavior in services”, *The Journal of Services Marketing*, 13 (3), 242-265.
- Muñiz, J., (1996): Teoría clásica de los tests, Editorial Pirámide, Madrid.
- Netemeyer, R.G., Boles, J.S. y Mcmurrian, R. (1996). Development and validation of work–family conflict and family–work conflict scales. *Journal of Applied Psychology*, 81 (4), 400-410.
- Netemeyer, R.G., Burton, S. y Lichtenstein, D.R. (1995). Trait aspects of vanity: measurement and relevance to consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 21 (4), 612-626.
- Netemeyer, R.G., Johnston, M.W. y Burton, S. (1990). “Analysis of role conflict and role ambiguity in a structural equations framework. *Journal of Applied Psychology*, vol. 75, pp.148-157.
- Nunnally, J.C. y Bernstein, I.H. (1994): *Psychometric Theory*. 3ª edición. Nueva York: McGraw Hill.
- Olcese, A. (2007). “Introducción, resumen y conclusiones”, en la responsabilidad social de la empresa (RSE) Propuesta para una nueva economía de la empresa responsable y sostenible” Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, Barcelona.
- Porter, M. y Kramer, M. (2011).”Creating Shared Value: How to reinvent capitalism- and unleash a wave on innovation and growth” en *Harvard Business Review*, enero-febrero, 2011.
- Porter, M.E. y Kramer, M.R. (2006). The link between competitive advantage and corporate responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Vila L, et al., (2000). Desarrollo y Validación de escalas de medida en Marketing. En ALDÁS, J. (Ed.) *Análisis de datos multivariable*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Webb, R y Fernández, G. (2015). *Anuario Estadístico Perú en números 2015*. Primera Edición, Instituto Cuanto. Lima Perú.
- Zaichkowsky, J.L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12 (3), 341-352.