

Responsabilidad social empresarial y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca

Corporate social responsibility and the competitive success of agro-export companies in the province of Barranca

Responsabilidade social corporativa e o sucesso competitivo das empresas agroexportadoras da província de Barranca

Magna Teodomiro Valverde Mendoza 

Universidad Nacional de Barranca, Perú

mvalverde@unab.pe

Ana Cecilia De Paz Lázaro 

Universidad Nacional de Barranca, Perú

jmuror162@unab.edu.pe

José Valdmar Muro Ruiz

Universidad Nacional de Barranca, Perú

lvilcarino162@unab.edu.pe

Leoncio Franco Vilcarino Osorio

Universidad Nacional de Barranca, Perú

gmarinoso181@unab.edu.pe

Génesis Mariños Obregón

Universidad Nacional de Barranca, Perú

smacedog@unasam.edu.pe

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. La responsabilidad social empresarial (RSE) se constituye en el ejercicio clave de la evolución histórica de las entidades que data de un ciclo atrás, desde el concepto mismo se plantea una renovación continua que ha ido habilitando su posicionamiento. Se utilizó una metodología descriptiva, correlacional y no experimental, para la recolección de información se elaboró cuestionario, el cual estuvo constituido por 15 empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca y se aplicó el sistema de encuesta por cuestionario mediante el sistema de muestreo aleatorio simple. Se obtuvo como resultado un 95% de confianza el $p\text{-valor} = 0.004 < \alpha = 0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, de manera que se constata que la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 17 se observa el resultado de la correlación de 0.719 para las variables responsabilidad social y éxito competitivo, lo cual indica que existe una correlación consistente.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, agrícola, éxito competitivo.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of corporate social responsibility on the competitive success of agro-export companies in the province of Barranca. Corporate social responsibility (CSR) is the key exercise of the historical evolution of the entities that dates back a cycle, from the very concept a continuous renewal is proposed that has been enabling its positioning. A descriptive, correlational and non-experimental methodology was used, for the collection of information a questionnaire was elaborated, which was constituted by 15 agro-export companies from the province of Barranca and the questionnaire survey system was applied through the simple random sampling system. The result was a 95% confidence in the $p\text{-value} = 0.004 < \alpha = 0.05$; therefore, the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted, so that it is found that corporate social responsibility positively influences the competitive success of agro-export companies in the province of Barranca. Table 17 shows the result of the correlation of 0.719 for the variables social responsibility and competitive success, which indicates that there is a consistent correlation.

Keywords: Corporate social responsibility, agriculture, competitive success.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a influência da responsabilidade social corporativa no sucesso competitivo das empresas agroexportadoras da província de Barranca. A responsabilidade social empresarial (RSE) é o exercício chave da evolução histórica das entidades que remonta a um ciclo, desde o próprio conceito propõe-se uma renovação contínua que tem permitido o seu posicionamento. Foi utilizada uma metodologia descritiva, correlacional e não experimental, para a recolha de informação foi elaborado um questionário, constituído por 15 empresas agroexportadoras da província de Barranca e aplicado o sistema de inquérito por questionário através do sistema de amostragem aleatória simples. O resultado foi uma confiança de 95% no valor de $p = 0,004 < \alpha = 0,05$; assim, rejeita-se a hipótese nula e aceita-se a hipótese alternativa, pelo que se constata que a responsabilidade social empresarial influencia positivamente o sucesso competitivo das empresas agroexportadoras da província de Barranca. A Tabela 17 mostra o resultado da correlação de 0,719 para as variáveis responsabilidade social e sucesso competitivo, o que indica que há uma correlação consistente.

Palavras-chave: Responsabilidade social corporativa, agricultura, sucesso competitivo.

INTRODUCCIÓN

Hace más de un siglo, empezaron a conocer los lineamientos sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), conocida como la Ley Antimonopolio Sherman, publicada en 2 de julio de 1890. Esta ley como una necesidad de regulación y el control en el entorno empresarial, buscando de esta manera proteger los intereses de los individuos y los colectivos de la sociedad. Asimismo, la RSE surge obligatoriamente después de la crisis económica de las décadas de 1930, vinculada con una extrema pobreza, seguida de la segunda guerra mundial en 1954 la crisis ambiental y social, Podría indicarse que incluso es con el inicio de la civilización que comienzan a aparecer limitaciones medioambientales; es decir, determinadas entidades obligan a la creación de regulaciones y decretos para el cuidado y la recuperación del medioambiente. Estos se aplican a

todos los continentes; con ello, se busca disminuir y controlar los daños medioambientales de tipo antropogénico. La RSE surge también frente a la necesidad de responder a los requerimientos de la sociedad, tomando medios voluntarios que contribuyen o aportan, de alguna manera al desarrollo, el crecimiento y mejoramiento de la calidad de la vida de un grupo social específico, para así, reflejar la consecuencia de sus actos, actividades y resultados positivas. En la primera parte del presente artículo se realiza un desarrollo conceptual; en la segunda parte, se efectúa una aproximación a las normas y las guías. Finalmente, en la tercera sección se presentan las conclusiones derivadas de la relación detectada entre los referentes conceptuales y los parámetros de los referentes estándares de la RSE, de acuerdo con la propuesta de Duque Orozco y Cardona Acevedo (2013).

Según, Hernández S. (2017), en las condiciones actuales de la globalización de los mercados, las organizaciones como las empresas agroexportadoras tienen la necesidad de aumentar su competitividad en términos de crecimiento y desarrollo donde la rentabilidad y el éxito empresarial influyen directamente en las empresas agroexportadoras, los procesos de la globalización hacen que se incremente la competencia a nivel internacional, debido a esto los países y regiones se vieron obligados a implementar tecnologías, planes y estrategias para lograr altos estándares de competencia de sus productos.

El estudio de Sanchez, Rodriguez Garcia e Sndval Cervantes (2016), intitulado «La responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva», fue publicado por la Universidad Autónoma de Coahuila (México). Este se enfoca en el análisis del presupuesto de responsabilidad social empresarial, el cual se incorpora en la gestión empresarial. Así, en el proceso se incorporan valores éticos, políticas y programas diseñados para apoyar la toma de decisiones, ampliando la visión empresarial de lo estrictamente económico a la preocupación por el impacto en su entorno social y ecológico. El objetivo principal de su trabajo era plantear la utilización de la responsabilidad social empresarial de manera estratégica como un método de creación de valor y que no solo sea un aporte al entorno para que la organización sea percibida de mejor manera. Planteando la importancia y la creación de valor a través de la RSE y que elementos pueden ser analizados y considerados de una manera cualitativa y cuantitativa. En este sentido, se constata la hipótesis presentada, ya que de acuerdo al análisis se puede apreciar que este cambio de paradigma en la gestión empresarial, provoca que aumente la motivación de los trabajadores, por la importancia, prácticas, programas y reconocimiento de la sociedad hacia éstas. La empresa por parte de los empleados, hace que en el querer corresponder a las acciones que ésta emprende en su beneficio, mejoren su nivel productivo, el rendimiento aumenta, así como la calidad de productos y servicios. Respecto de la ventaja competitiva de la RSE indica el alto nivel de relación con el desarrollo y éxito que puede producir con una buena estrategia de RSE teniendo en cuentas muchos aspectos influyentes en la responsabilidad social. El trabajo de la tesis de Inocente Vera. (2017), en su tesis titulado “Análisis de la cadena de valor de las empresas exportadoras de quinua organiza de Puno a fin de aumentar su competitividad al mercado alemán”, propone que la exportación de productos de

primera necesidad en un mundo Globalizado globalizado involucra la gestión eficiente de todo el proceso de exportación de productos agrícolas. Asimismo, menciona que todos los eslabones involucrados deben estar determinando cadenas de valor de una manera estandarizado, que se determinan acorde a la zonificación, debido a que los eslabones no siempre son iguales. Del mismo modo comenta que nuestro país, es uno de los países más rico, competitivos y reconocido por sus productos de primera calidad en producción agrícolas, han permitido tener ventajas muy competitivas, principalmente reconocido a nivel internacional por sus altos niveles de proteínas y minerales y sus características son apreciados y con mayor demanda en el mercado extranjero. Así mismo comenta que se debe de analizar y reconocer la demanda actual de los productos agrícolas, ya que en los últimos años se convirtió en uno de los productos con mayor incremento en su producción, en el año 2019, el estado Mundial de la Agricultura y la alimentación, progreso en la lucha contra la perdida y el desperdicio de alimentos. De tal manera podemos decir que los productos agrícolas en las comunidades internacional se centran contribuir y desempeñar en la erradicación de la distribución y la necesidad como menciona la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación. Las empresas agroexportadoras, producen, productos que reduce la perdida y el desperdicio de alimentos que desempeñan en lograr metas que requieren explícitamente reducir el nivel la desnutrición, también determina que las parte interesadas privadas tiene un incentivo financiero para invertir en la reducción de las pérdidas o el desperdicio en la reducción de alimentos y sus esfuerzos pueden tener efectos positivos en los objetivos sociales más amplias en la reducción con la seguridad alimentarias, nutrición y la sostenibilidad ambiental, en las que se centra este informe, Alimentación, (2013).

También podemos determinar que la producción se registró del ingreso de 1 848 toneladas de tubérculos y raíces se registra a 12 % respectivo al promedio de los últimos cuatro años son productos de primera necesidad proviene del departamento de Lima, Huancayo y Junín; y en menores cantidades de Ica, Arequipa, Pasco, Huancavelica, La Libertad Ayacucho y Apurímac. Las Hortaliza mayor en 10%, hortalizas leguminosas verde a 3%, esto es debido a la mejora de los precios especiales en el mercado norteamericano. Al ser una de los países agroexportadoras reconocido mundialmente podemos

incrementar nuestro compromiso y participación en los mercados internacionales. Europa, Alemania y México y en demás países existe una creciente demanda por los alimentos saludables y nutritivos que permiten mantener una dieta balanceada, debido a que tienen tendencia a consumir productos orgánicos y libres de sustancias químicas Según el ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI, (2019).

MATERIAL Y MÉTODOS

Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptivo - correlacional, pues determina la influencia entre variables.

Diseño de investigación

Investigación no experimental de corte trasversal correlacional.

Población y muestra

Población

La presente investigación se desarrolló en la provincia de Barranca. comprende de 15 empresas agroexportadoras, en las cuales se encuestó a gerentes, administradores y dueños de negocio agrícolas cuya actividad se desarrolla en la provincia de Barranca.

Muestra

Se consideró a los gerentes, los administradores y los contadores de 15 empresas agroexportadoras que desarrollan sus actividades en la provincia de Barranca.

Técnicas e instrumentos

En la presente investigación científica la técnica utilizada consistió en la aplicación de muestras como instrumento se usaron preguntas para la recolección de información de campo.

Se realizó la validez y la confiabilidad de los siguientes instrumentos en cuestión mediante sus jurados expertos designados de acuerdo con el perfil de la investigación científica.

Para el análisis de los resultados se utilizó la estadística descriptiva en un primer momento; posteriormente, se utilizó la estadística inferencial, específicamente la prueba T Student, pues esta sirvió para validar la hipótesis.

RESULTADOS

Un aspecto común a la normativa la regulación concerniente a la RSE es que consideran, en la mayoría de casos factores fundamentales los cuales como los agentes o los actores participes cuyas acciones impactan en el medio ambiente como motor de bienestar. A la evolución del concepto de las guías normativas se han ido estructurando formas cada vez más complicadas y exigibles del comportamiento de las empresas frente a sus entornos sociales, políticos, culturales y ambientales. La RSE forma parte de los compromisos de las empresas y de quienes participan en ellas, frente a la sociedad y a las instituciones de su entorno. esto contribuirá a mejorar las condiciones de vida.

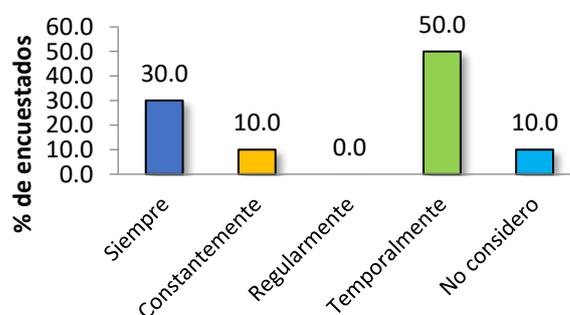
En cuanto a los resultados obtenidos, se determinan un 95% de confianza, pues el $p\text{-valor} = 0.004 < \alpha = 0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 1 se observa el resultado de la correlación de 0.719 para las variables responsabilidad social y éxito competitivo, lo cual indica que existe una correlación consistente.

DIMENSION SOCIAL

Tabla 1: Participan en proyectos sociales destinados a las comunidades de la provincia de Barranca.

	Frecuencia	%
Siempre	3	30.0
Constantemente	1	10.0
Regularmente	0	0.0
Temporalmente	5	50.0
No considero	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En la figura 1 se observa que el 50% responden participar temporalmente en actividades de responsabilidad social que benefician a las comunidades de Barranca, mientras que el 30% lo hace siempre y el 10% afirma participar constantemente.

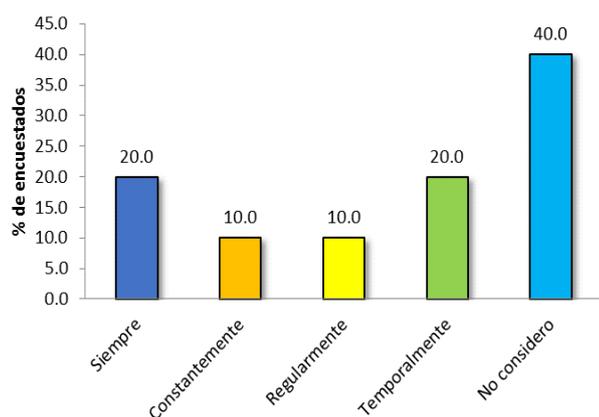
Los encuestados en su mayoría consideran que la responsabilidad social empresarial influyen de manera significativa en el éxito Competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca(2019), por cuanto proporciona información importante sobre la responsabilidad social y el éxito en cuanto a la competitividad que permiten que sus gerentes utilicen proceso de participación en proyectos sociales destinados a las comunidades, que deben ser orientados al cumplimiento de los objetivos y las metas previstos en sus planes correspondientes a un determinado periodo.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Tabla 2: Destina una parte económica para realizar responsabilidad social empresarial.

	Frecuencia	%
Siempre	2	20.0
Constantemente	1	10.0
Regularmente	1	10.0
Temporalmente	2	20.0
No considero	4	40.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 2 se observa que el 40 % de los encuestados afirma no considerar la inversión en proyectos de responsabilidad social que benefician a las comunidades de Barranca mientras que el 20% lo

hace temporalmente y el 10 % afirman considerarlo regular y constantemente.

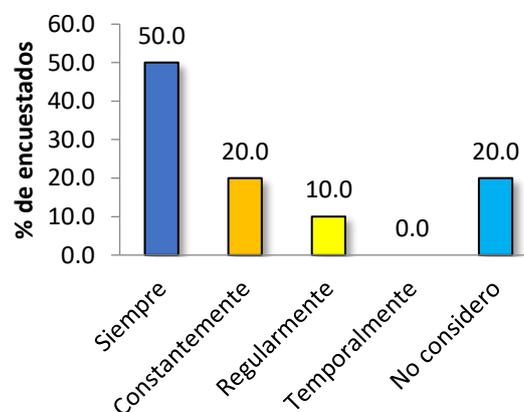
Los encuestados en su mayoría no consideran invertir parte de su presupuesto a la aplicación de responsabilidad social empresarial, siempre consideran que una parte consideran para la responsabilidad social y el éxito competitivo, esto quiere decir que hay una influencia positiva, por tanto, deben considerar en su presupuesto en la responsabilidad social para el cumplimiento de los objetivos y las metas que pretenden cumplir en un determinado periodo.

DIMENSIÓN INNOVACIÓN MEDIOAMBIENTAL

Tabla 3: Cumple con las políticas ambientales para exportar.

	Frecuencia	%
Siempre	5	50.0
Constantemente	2	20.0
Regularmente	1	10.0
Temporalmente	0	0.0
No considero	2	20.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En la tabla 03, se observa que el 50 % de los encuestados siempre cumplen con las políticas ambientales para exportar, 20 % cumple constantemente apenas el 10% lo hace regularmente. Finalmente, un 20%no considera el cumplimiento de las políticas ambientales para exportar. Los encuestados en su mayoría consideran siempre que la información que proporciona la responsabilidad social empresarial respecto al éxito competitivo de las

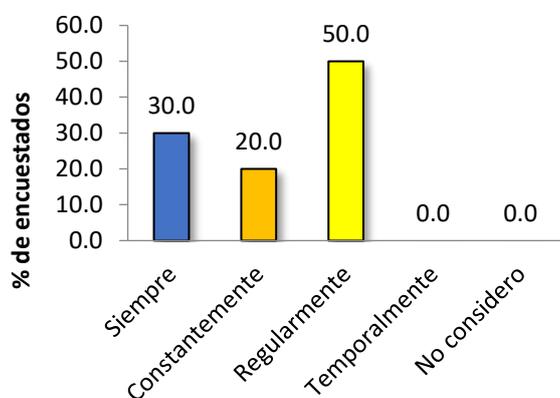
empresas agroexportadoras, cumplen positivamente con las políticas ambientales para exportar.

DIMENSIÓN DINAMISMO AGROEXPORTADOR

Tabla 4: ¿Cree usted que mediante la responsabilidad social empresarial puede aumentar de manera significativa su porcentaje de crecimiento?

	Frecuencia	%
Siempre	3	30.0
Constantemente	2	20.0
Regularmente	4	40.0
Temporalmente	1	10.0
No considero	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En la figura 4, se observa el 40% considera regularmente que la responsabilidad social empresarial y que puede aumentar de manera significativa el porcentaje de crecimiento el 30% considera siempre; el 10% temporalmente 00% no lo considera.

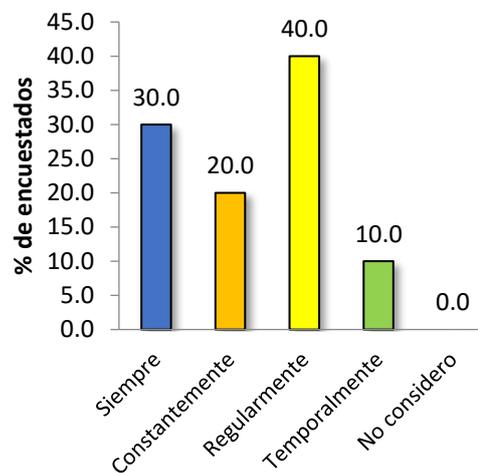
Los encuestados en su mayoría responden favorablemente y dejan evidencia con la responsabilidad social empresarial puede aumentar de manera significativa su porcentaje de crecimiento económico, lo cual definen el lograr de los objetivos y las metas que pretenden alcanzar en un determinado periodo.

DIMENSION PROCESO PRODUCTIVO

Tabla 5: Aplica usted responsabilidad social empresarial con los clientes.

	Frecuencia	%
Siempre	3	30.0
Constantemente	2	20.0
Regularmente	5	50.0
Temporalmente	0	0.0
No considero	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En la figura 5, se observa el 50% de los encuestados afirman que aplica responsabilidad social con los clientes regularmente; el 30% lo hace siempre; el 20% constantemente; y un 00% responde que no lo considera o lo considera temporalmente.

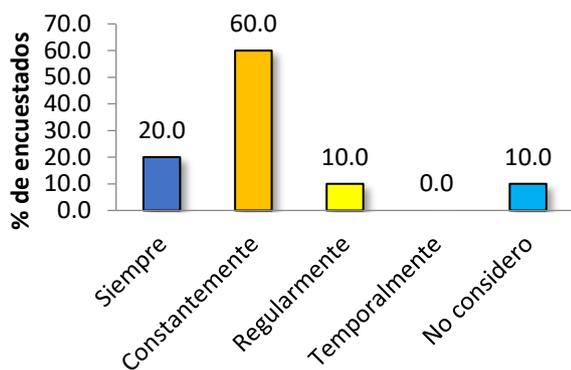
La información que proporciona este ítem sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial con los clientes y su relación con el éxito competitivo de las empresas agroexportadora les permite a los gerentes de las empresas organizar y planificar sus actividades, para apreciar la disponibilidad en los recursos humanos y financieros, lo cual permite el logro de los objetivos y las metas que pretenden alcanzar en un determinado periodo.

DIMENSIÓN DEMANDA EXTERNA

Tabla 6: ¿Cree usted que expandiría su mercado internacional utilizando la responsabilidad social?

	Frecuencia	%
Siempre	2	20.0
Constantemente	6	60.0
Regularmente	1	10.0
Temporalmente	0	0.0
No considero	1	10.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

En la figura 6, se observa el 60% de los encuestados afirman que, si expandiría su mercado internacional utilizando la responsabilidad social; 20% lo asume siempre el 10% lo considera regularmente; y finalmente, el 10% no lo consideran.

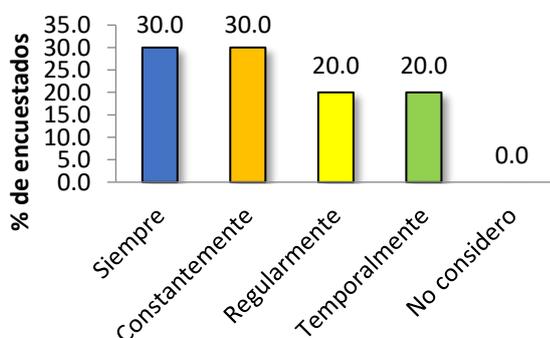
De acuerdo con la información que proporciona sobre la responsabilidad social, responden contantemente participan en expandir positivamente en los mercados internacionales utilizando estrategias con el objetivo de generar mercados locales, nacionales e internacionales y lograr sus objetivos en un determinado periodo.

DIMENSIÓN EXTRATEGIA EMPRESARIAL

Tabla 7: Incluye la responsabilidad social como parte de su plan operativo.

	Frecuencia	%
Siempre	3	30.0
Constantemente	3	30.0
Regularmente	2	20.0
Temporalmente	2	20.0
No considero	0	0.0
Total	10	100.0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Artículo científico

Volumen 3, Número 1, enero - junio, 2022
 Recibido: 02-01-2022, Aceptado: 15-03-2022



<https://doi.org/10.47797/llamkasun.v3i1.80>



En la figura 7, se observa que 30% responden que, si Incluye la responsabilidad social como parte de su plan operativo el 20% lo incluye regular y temporalmente; y el 00%no consideran que sea necesario incluir la RSE.

Las encuestas en su mayoría responden que la responsabilidad social, siempre y constantemente, se vincula con el éxito competitivo, lo cual permite considerarla en el plan operativo de las empresas agroexportadoras para el cumplimiento las metas y objetivos trazados en un determinado tiempo.

PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para contrastar las hipótesis se ha utilizado la prueba no paramétrica denominado chi cuadrado, de forma tal que una tabla de doble entrada con las frecuencias de la variable independiente sobre la variable dependiente, en base al procedimiento que a continuación se detalla.

Hipótesis general

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial no influye positivamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de barranca.

H1: La Responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca.

Interpretación

Con un 95% de confianza, el p-valor= 0.004 < α =0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de manera que la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 8 se observa el resultado de la correlación de 0.719 para las variables responsabilidad social y éxito competitivo, lo cual indica que existe una correlación sólida.

Correlación y significación entre la dimensión social y el éxito competitivo

Interpretación

Con un 95% de confianza, el p-valor= 0.054 > α =0.05; por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, de manera que la responsabilidad social en su dimensión social no influye significativamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 16 se observa el resultado de la correlación de 0.501 para las variables dimensión

social y éxito competitivo, lo cual indica que existe una moderada correlación.

Interpretación: Con un 95% de confianza, el p-valor = $0.006 < \alpha=0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, la responsabilidad social en su dimensión económica influye significativamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 10, se observa el resultado de la correlación de 0.690 para las variables dimensión económica y éxito competitivo, lo cual indica que existe una correlación sólida.

Correlación y significación entre la dimensión medioambiental y el éxito competitivo

Interpretación

Con un 95% de confianza, el p-valor = $0.168 > \alpha=0.05$; por lo tanto, se acepta la hipótesis nula; en consecuencia, la responsabilidad social en su dimensión innovación medioambiental no influye significativamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 18 se observa el resultado de la correlación de 0.358 para las variables dimensión innovación medioambiental y éxito competitivo, lo cual indica que existe una baja correlación.

ANEXOS

Niveles de correlación Tau b de Kendall

RANGO	CORRELACIÓN
0.00 a 0.19	Muy baja
0.20 a 0.39	Baja correlación
0.40 a 0.59	Moderada correlación
0.60 a 0.79	Buena correlación
0.80 a 1.00	Muy buena correlación

Fuente: elaboración propia, basada en Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial en nuestra sociedad viene fortaleciéndose a lo largo de los últimos años; por consiguiente, es menester que las instituciones públicas y privadas logren acuerdos nacionales e intencionales para posibilitar la unificación de los parámetros de medición a fin de conseguir que la RSE se convierta en un término potente de gestión empresarial, con ética y

compromiso social, político, cultural, ambiental y económico. Los gremios económicos juegan un papel muy importante en esto porque pueden ser partícipes y multiplicadores del tema en los sectores de influencia. Sin embargo, es relevante que el compromiso y la promoción de las RSE vayan más allá del cumplimiento del estándar, implicándose en la razón de ser la empresa:

En primer lugar, se demuestra la influencia positiva que existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. Mediante el coeficiente de correlación de rangos de Kendall (Tau. b de Kendall) con el 95% de confianza, donde el p-valor = $0.004 < \alpha=0.05$ (al nivel de error máximo permisible), lo cual rechaza la hipótesis nula (H^0) y se acepta la hipótesis alterna $H1$. En consecuencia, podemos afirmar que la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 15, se observa el resultado de la correlación de 0.719 para las variables responsabilidad social y éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca, lo cual indica que existe una buena correlación.

En segundo lugar, Se prueba que no existe influencia significativa entre la responsabilidad social empresarial en su dimensión social y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. Mediante el Tau.b de Kendall resulto un 95% de confianza resulto p-valor = $0.054 > \alpha=0.05$ (al nivel de error máximo permisible). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H_0); en conclusión, de la responsabilidad social en su dimensión social no influye significativamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 16, se puede observar el resultado de la correlación de 0.501 para las variables dimensión social y éxito competitivo, lo cual indica que existe una moderada correlación.

En tercer lugar, Se demuestra que existe una influencia positiva de la responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de barranca. Comprobado por Tau b de Kendall, con un 95% de confianza, se obtuvo el p-valor = $0.006 < \alpha=0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alterna $H1$;

en consecuencia, podemos decir que la responsabilidad social en su dimensión económica influye significativamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 17, se observa el resultado de la correlación de 0.690 para las variables dimensión económica y éxito competitivo, lo cual indica que existe una buena correlación sólida.

En cuarto lugar, Se prueba que no existe influencia significativa entre la responsabilidad social empresarial en su dimensión medioambiental, de forma que no influyen en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de barranca. Por medio el coeficiente de correlación de rangos de Kendall, con un 95% de confianza, se obtuvo el $p\text{-valor} = 0.168 > \alpha = 0.05$ (al nivel de error máximo permisible); por lo tanto, se acepta la hipótesis nula (H_0). De esta manera, se puede determinar que la responsabilidad social en su dimensión innovación medioambiental no influye significativamente en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. En la tabla 18, se observa el resultado de la correlación de 0.358 para las variables dimensión innovación medioambiental y éxito competitivo, lo cual indica que existe una baja correlación.

RECOMENDACIONES

Primero: Que las empresas implementen un área específica para tratar sobre la RSE, teniendo en cuenta que aún hay empresas que la tienen, y que no ven la RSE como una obligación sino como una inversión. Este aspecto es importante, porque existen empresas internacionales que prefieren trabajar con empresas responsables que contribuyan con la sociedad.

Segundo: Se sugiere que la Municipalidad Provincial de Barranca realice charlas, capacitaciones para promover la RSE en las empresas agroexportadoras y que los empresarios tomen conciencia que, brindando apoyo a las comunidades, ellos también se están beneficiando, pues, de esta forma, podrán competir entre ellas en el mercado laboral y alcanzar el éxito que tanto desean.

Tercero: finalmente, se recomienda a las empresas agroexportadoras que, una vez implementada un área direccionada a la RSE, se establezca una política a favor de la población, en especial las zonas más

vulnerables, para atender sus necesidades, así como también la protección del medioambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Duque, y., Cardona M. (2013), responsabilidad social empresarial: teorías, índices, estándares y certificados, Universidad del Valle Vol. 29 N.50, México.
- [2] Agueros, F., Hector, R., & Daniel, S. (2016). la responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva. Responsabilidad_Social_Empresarial.pdf-acacia.org. Coahuila, Mexico.
- [3] Cordova, V., Millán, R., & Osuna, A. análisis de la responsabilidad social empresarial de la asociación cooperativa “la libertad” r.l., de casanay, Municipio Andres Eloy Blanco-Estado Sucre -Carapuno. Responsabilidad social-repositorio Carúpano. universidad de oriente núcleo de sucre - carúpano, Carupano.
- [4] Fraile, E. B. La Gestión De la Responsabilidad Social Corporativa. Universidad Autonoma de Barcelona, Barcelona.
- [5] Hernandez, D., & Manrique, G. la responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Repositorio USIL. USIL, Lima.
- [6] Mans Unides ONG contra la pobreza en el mundo. (18 de 02 de 2016), Mans Unides ONG contra la pobreza en el mundo. Obtenido de Mans Unides ONG contra la pobreza en el mundo: <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>
- [7] SAUCEDO, F. M. Características, Limitaciones Posibilidades de Desarrollo de la Producción y Comercialización de Productos Orgánicos en el Perú”. Características, Limitaciones Posibilidades de Desarrollo de la Producción y Comercialización de Productos Orgánicos en el Perú”;Universidad Agraria La Molina para optar por el grado de magister scientiae. Universidad Agraria La Molina, Lima.
- [8] Wikipedia. (06 de 2019), Wikipedia La enciclopedia Libre. Obtenido de Wikipedia La enciclopedia Libre: https://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa.