



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Responsabilidad social empresarial de la Empresa Unión de Cervecerías
Peruanas BACKUS y JOHNSTON S.A.A. y su influencia en la satisfacción de
los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018**

Tesis para obtener título de Licenciado en Administración

AUTORES:

Kimberly Mabel Vela Tangoa

Tessy Alexandra Anais Ocharán Torres

ASESOR:

M. Sc. Segundo Saúl Rodríguez Mendoza

Tarapoto - Perú

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Responsabilidad social empresarial de la Empresa Unión de Cervecerías
Peruanas BACKUS y JOHNSTON S.A.A. y su influencia en la satisfacción de
los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018**

Autor:

Kimberly Mabel, Vela Tangoa

Tessy Alexandra Anais Ocharán Torres

Sustentado y aprobado el 10 de diciembre del 2019, por los siguientes jurados

.....
Dra. Olga Maritza Requejo la Torre
Presidente

.....
Lic. Adm. Mg. Julio Cesar Cappillo
Torres
Vocal

.....
Dra. Nora Manuela Dextre Palacios
Secretario

.....
Lic. Adm. M. Sc. Segundo Saúl
Rodríguez Mendoza
Asesor



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Ley Universitaria N° 30220



TELEFONO: 042 - 480134 (ANEXO 3100)
Jr. AMORARCA N° 334 - CIUDAD UNIVERSITARIA - MORALES

ACTA DE SUSTENTACIÓN PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

En el Aula Virtual de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín – Morales, a las **09:00 horas** del día **Martes 10 de Diciembre del año dos mil diecinueve**, se reunió el Jurado de Sustentación del Informe Final de Tesis integrado por:

PRESIDENTE : Dra. OLGA MARITZA REQUEJO LA TORRE
SECRETARIA : Dra. NORA MANUELA DEXTRE PALACIOS
VOCAL : Lic. Adm. Mg. JULIO CÉSAR CAPPILLO TORRES
ASESOR : Lic. Adm. M. Sc. SEGUNDO SAÚL RODRÍGUEZ MENDOZA

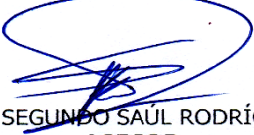
Para evaluar el **Informe Final de Tesis** titulado: **"RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LA EMPRESA UNIÓN DE CERVECERÍAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A. Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE YURIMAGUAS, AÑO 2018"**, presentado por las Bachilleres en Administración: **KIMBERLY MABEL VELA TANGOYA y TESSY ALEXANDRA ANAIS OCHARÁN TORRES.**

Los Señores Miembros del Jurado, después de haber observado la sustentación, las respuestas a las preguntas formuladas y terminada la réplica, luego de debatir entre sí, reservada y libremente lo declaran APROBADO por UNANIMIDAD con el calificativo de BUENO, en fe de lo cual se firmó la presente acta, siendo las 10:00 AM horas del mismo día, en lo que se dio por terminado el acto de sustentación.


Dra. OLGA MARITZA REQUEJO LA TORRE
PRESIDENTE


Dra. NORA MANUELA DEXTRE PALACIOS
SECRETARIA


Lic. Adm. Mg. JULIO CÉSAR CAPPILLO TORRES
VOCAL


Lic. Adm. M. Sc. SEGUNDO SAÚL RODRÍGUEZ MENDOZA
ASESOR

Declaratoria de autenticidad

Tessy Alexandra Anaís Ocharán Torres, con DNI N°47058341 y Kimberly Mabel Vela Tangoa, con DNI N° 47156030 bachilleres de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín- Tarapoto, autores de la tesis titulada: **Responsabilidad social empresarial de la Empresa Unión de Cervecerías Peruanas BACKUS y JOHNSTON S.A.A. y su influencia en la satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.**

Declaramos bajo juramento que:

1. La Tesis es de nuestra autoría.
2. La redacción fue redactada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la Tesis no ha sido auto plagiada.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Tarapoto, 10 de diciembre del 2019.



.....
**Bach. Tessy Alexandra Anaís Ocharán
Torres.**
DNI N° 47058341



.....
**Bach. Kimberly Mabel Vela
Tangoa**
DNI N° 47156030

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Ocharán Torres Tussy Alexandra Anaís	
Código de alumno :	098310	Teléfono: 966322860
Correo electrónico :	tussy.ocharant@gmail.com	DNI: 47058341

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Responsabilidad social empresarial de la Empresa Unión de Cervuacarias Peruanas BACKUS y JOHNSTON SAA y su influencia en la satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018
Año de publicación:	2022

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.


7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.



Firma del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM.

Fecha de recepción del documento.

25 / 10 / 22



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.

Ing. Grecia Vanessa Fachin Ruíz

Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres: Uela Tanga Kimberly Mabel	
Código de alumno : 098329	Teléfono: 914905859
Correo electrónico : mabeluelaadm@gmail.com	DNI: 47156030

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de: Ciencias Económicas
Escuela Profesional de: Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título : Responsabilidad Social empresarial de la empresa Union de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A y su influencia en la satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018
Año de publicación: 2022

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia **CREATIVE COMMONS**

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegraa todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.



Firma del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM.

Fecha de recepción del documento.

25 / 10 / 22



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.



Ing. Grecia Vanessa Fachin Ruíz
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

La presente investigación va dedicado a nuestros amados padres por ser nuestro soporte y fortaleza para alcanzar cada uno de nuestras metas y objetivos trazados a lo largo de nuestra vida.

Tessy A.A. & Kimberly M.

Agradecimiento

Nuestro más sincero y especial agradecimiento a nuestro asesor por darnos su apoyo, y confianza en todo momento y a nuestros familiares y amigos por ser aliados en este proceso.

Tessy A.A. & Kimberly M.

Índice general

Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento	vii
Índice general	viii
Resumen	xi
Abstract.....	¡Error! Marcador no definido.
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	4
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Bases teóricas.....	7
1.3. Definición de términos.....	16
CAPÍTULO II	18
MATERIALES Y MÉTODOS.....	18
2.1. Sistema de hipótesis.....	18
2.2. Sistema de variables.....	18
2.3. Proceso de transformación de variable	18
2.4. Método de la investigación	20
2.5. Diseño de la investigación	20
2.6. Población y muestra.....	20
2.7. Técnicas e instrumento de recopilación de datos (ver anexo B).....	21
2.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	22
2.9. Materiales y Métodos.....	23
CAPÍTULO III	24
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
3.1. Análisis e interpretación de tablas estadísticas	24
3.2. Discusión de resultados.....	30
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
ANEXOS	36
Anexo A: Matriz de consistencia.....	37

Anexo B: Encuesta	39
Anexo C: Encuesta	41

Índice de tablas

Tabla 1.	Operacionalización de variables.....	19
Tabla 2.	Instrumento de recolección de datos	21
Tabla 3.	Tabla de correlación	23
Tabla 4.	Responsabilidad social empresarial.....	24
Tabla 5.	Dimensión interna	25
Tabla 6.	Dimensión externa.....	25
Tabla 7.	Satisfacción de los pobladores.....	26
Tabla 8.	Condiciones ambientales	26
Tabla 9.	Gestión ambiental.....	27
Tabla 10.	Comunicación	27
Tabla 11.	Atención de servicio	28
Tabla 12.	Satisfacción con el usuario	28
Tabla 13.	Responsabilidad con el desarrollo del distrito.....	29
Tabla 14.	Correlación entre “la responsabilidad social empresarial” y la satisfacción de los pobladores	29

Resumen

La presente investigación “Responsabilidad social empresarial de la empresa unión de cervecerías peruanas Backus Y Johnston S.A.A. y su influencia para satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018”, tiene como objeto principal hacer la estimación certera de la influencia de “la responsabilidad social empresarial” de la mencionada empresa en la satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas en el año 2018, la metodología empleada en la presente investigación es aplicada, de nivel explicativo, basado en un diseño no experimental de corte transversal. Para la presente investigación se tomó como muestra a 245 pobladores de una población total de 72 170 pobladores. Las encuestas fueron diseñadas considerando los indicadores de cada variable; así mismo se empleó el coeficiente de Spearman para el determinar la correlación. Es así que a partir de estos análisis y cálculos se obtuvo que los resultados de la variable responsabilidad social en dicha empresa alcanzó un 40% (buena) y la variable satisfacción del poblador alcanzó 42% (buena). Sobre la base de lo previamente descrito, podemos concluir finalmente que “la responsabilidad social empresarial” de la empresa en cuestión influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, satisfacción de los pobladores, influencia, empresa.

Abstract

The present research entitled "Corporate social responsibility of the company Unión de Cervecerías Peruanas Backus Y Johnston S.A.A. and its influence on the satisfaction of the inhabitants of the city of Yurimaguas, year 2018", has as general objective to determine the influence of the corporate social responsibility of the company Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A on the satisfaction of the inhabitants of the city of Yurimaguas in the year 2018. The type of research method is applied, explanatory level, non-experimental cross-sectional design, with a population of 72 170 inhabitants and a sample of 245 inhabitants, to whom the surveys were applied according to the indicators of each variable. Spearman's correlation coefficient was used to calculate the correlation. The results obtained for the variable social responsibility in the mentioned company is good with 40% and the variable satisfaction of the inhabitant is also good with 42%; reaching the final conclusion that The corporate social responsibility of the company Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. positively influences the satisfaction of the inhabitants of Yurimaguas, year 2018.

Keywords: Corporate social responsibility, local people's satisfaction, influence, company.



Introducción

A nivel internacional, la denominada “*responsabilidad social empresarial*” es el mecanismo a través del cual más empresas se comprometen constantemente con el desarrollo de una localidad o país, la intervención que tienen estas es sobre todo con fines sociales, alineándose con el objetivo social del rubro en el que esta la empresa siendo esta una estrategias de las organizaciones, así mismo, las empresas deben asumir dentro de la sociedad un rol de cambio para que así se tenga una mejor sociedad justa y prospera lo que va a permitir que se tenga pobladores satisfechos con las actividades que esta realiza dentro de las comunidades. La situación actual muestra que las empresas toman a la RSE como estrategia organizacional fin de se lleve con buenos términos sus actividades dentro de la sociedad y que sean aceptados por sus pobladores, por lo que este tema cobra cada día mayor importancia en las empresas, ya que comienzan a tener un comportamiento y una gestión ética con la sociedad.

Según Quispe (2015), “*la responsabilidad social empresarial*” es el métodos por el cual los empresarios deciden participar de manera efectiva en la mejora sostenible de la nación y el mundo. La organización debe ser un operador de progreso para mejorar la tierra en la que trabaja y posteriormente lograr una nación próspera, basada en el voto, tranquila y justa, pilares de cualquier asociación.

En el Perú, la globalización ha transformado a la gran mayoría de las instituciones y empresas, rediseñando aspectos dentro de la sociedad como las políticas laborales dentro de las empresas y la creación de diferentes regímenes para las pequeñas y medianas empresas, al mismo tiempo “*la responsabilidad social empresarial*” es una actividad que también ha evolucionado como va pasando el tiempo y se ofrece como una herramienta de interacción entre las empresas y la sociedad. Este modelo de gestión está permitiendo a las grandes empresas como es el caso de Grupo Romero, Gloria, Unión de cervecías peruanas Backus y Johnston S.A.A. etc., cuenten con una herramienta que les permite establecer mejores relaciones sociales con los grupos de interés como es el caso de la sociedad o comunidades beneficiadas. Según Ramírez (2012) Hacer negocios en el Perú demuestra que se trata de un enfoque completo de conjunción con una sociedad común para mantener una distancia estratégica del evento de circunstancias conflictivas y para adquirir el mejor dominio concebible. A pesar de que las organizaciones tienen un carácter obviamente lucrativo, la

asociación con la tierra en la que realizan sus ejercicios debe apreciar una atmósfera de serenidad para que las especulaciones hagan crear riquezas y permitan el fortalecimiento institucional de las mismas. En abril de 2011 hubo 233 enfrentamientos sociales y en el mes más reciente la cifra fue casi la misma con 229 enfrentamientos sociales en el Perú, un gran número de ellos debido a garantías gubernamentales incumplidas, fumable u obligaciones no esperadas por empresas privadas. La respuesta adecuada se abrevia en una investigación solitaria, depende de una idea que en apenas 10 años ha estado progresando entre las empresas de administración (RSE).

En la actualidad la sensación de la satisfacción es uno de los puntos más valorados en la Gerencia de Recursos Humanos y las Organizaciones. Hay un entusiasmo increíble por comprender la maravilla del cumplimiento o la desilusión, sin embargo es instructivo que, a pesar de la multiplicación dinamita de la escritura lógica sobre la realización, no se puede hablar de un avance paralelo en el examen, sobre la base de que el avance no excepcionalmente satisfactorio y enorme. “Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A.” se ha caracterizado por la búsqueda del aseguramiento de la Calidad de Servicio y de los productos que esta brinda y que ofrece a sus clientes, tanto internos como externo, sin embargo el principal desafío de “*la responsabilidad social empresarial*” de dicha empresa es fortalecer la reputación de la organización aumentando la percepción de valor atribuida por los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, debido a que esta muchas veces no controla adecuadamente la seguridad y salud de sus colaboradores sobre todo a los de reparto, no tiene un política ecológica del cuidado del medio ambiente activa, cada uno de estas deficiencias descritas generaban malestar de insatisfacción en gran parte de los pobladores, a pesar de que la empresa realiza intervenciones económicas, sociales y ambientales, promoviendo así el desarrollo sostenible de dicha zona. ¿Cuál es la influencia de la responsabilidad social empresarial de la descrita empresa en la satisfacción de los residentes en la ciudad de Yurimaguas, año 2018? Sobre las bases de las siguientes hipótesis i: La responsabilidad social empresarial de la descrita empresa influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018. ii: La responsabilidad social empresarial de la descrita empresa no influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018. De acuerdo con lo descrito, las variables de análisis son: “*la responsabilidad social empresarial*” y el sentimiento de satisfacción de los pobladores. Siendo el objetivo principal, estimar la influencia de “*la responsabilidad social empresarial*” de la empresa en cuestión, en la satisfacción de los pobladores de la ciudad de

Yurimaguas en el año 2018; así como los objetivos específicos: Evaluar “*la responsabilidad social empresarial*” en los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, periodo 2018; conocer la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, periodo 2018. Cabe precisar que el modelo empleado en el presente estudio es no experimental, basándose en una población de 72 170 pobladores de la cual se tomó como muestra de 245 pobladores; así mismo, se utilizó distintas técnicas de recopilación de información (datos), tales como cuestionarios. A partir de nuestros objetivos planteados pudimos concluir en la siguiente manera: “*la responsabilidad social empresarial*” de la empresa “Unión de cerveceras peruanas Backus y Johnston S.A.A.” influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018.

El presente estudio de Tesis esta dividido en los siguientes capítulos: “*Capítulo I: Revisión bibliográfica*” – Citas o Extractos -. Se muestra principalmente la organización de referencias de acuerdo con cada análisis de variables. Así mismo, respondió a los antecedentes del estudio. “*Capítulo II: Material y métodos*”. Se describe la metodología de la investigación, la población involucrada, el muestreo, las técnicas de recopilación, así como el análisis de información obtenida. “*Capítulo III: Resultados y discusión*”. Se describe el desarrollo de los objetivos, el mismo que se realizó a través del análisis de las tablas y figuras estadísticas, de manera que en base a los resultados y antecedentes, previamente expuestos en la presente investigación, se establecieron las conclusiones, las recomendaciones.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes

Enfoque internacional

Guerrero y Penagos (2017), *“Estudio de caso de Responsabilidad social empresarial: en la empresa Colsubsidio, motivos para implementar RSE”*. (Tesis pregrado). Universidad Santo Tomas, Colombia. Se enfocaron en encontrar las razones que hacían que a la empresa Colsubsidio llevara a cabo acciones de responsabilidad social. Para ello, utilizando un enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas, para poder analizar fuentes primarias y secundarias a fin de recolectar información en general que los ayudara a encontrar las razones por las cuales se realizan dichas acciones. El resultado final fue: Que en consecuencia de una investigación para lograr conocer las acciones de responsabilidad social de la empresa Colsubsidio, que tenia como fundamento la información obtenida de las entrevistas realizadas, sus informes de sostenibilidad, y datos externos extraídos de artículos y publicaciones, se puede indicar que, según el fin de la investigación, las acciones realizadas se deben a una estrategia de sostenibilidad.

Cea (2015), *“La responsabilidad social en las entidades privadas de la unión europea. Análisis empírico y propuestas del modelo normalizado”*. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Madrid, Estados Unidos. Teniendo como objetivo central establecer la responsabilidad social en las entidades privadas de la unión europea. Se obtuvo que: Al finalizar el estudio, la tesis llegó a tomar forma de una empresa moderna pluralista, que se integra por distintos grupos de intereses que se ponen como objetivo el desarrollo sostenible a través de planteamientos estratégicos, que no solo tienen objetivos financieros, sino también el objetivo social y ético. Obteniendo como respuestas a esta investigación que no hay un concepto único de Responsabilidad Social Empresarial, sino que va cambiando y mejorando frente a los cambios del entorno.

Pérez, Espinoza & Peralta (2016), *“La responsabilidad social empresarial y su*

enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro.” (Artículo). Universidad Metropolitana República del Ecuador. Concluyó que: Aquellas empresas “modernas” que buscan ser exitosas en sus operaciones comerciales deben tener en cuenta como prioridad “la responsabilidad social empresarial” dentro su gestión, y no por una exigencia (ya sea por leyes dentro de su país), sino por una propia decisión como una organización consciente de su influencia en la sociedad donde realiza sus actividades, el medio ambiente y los recursos que utiliza. Lo que se busca realmente es tener conciencia dentro de toda la organización, del más alto nivel jerárquico hasta el último colaborador, sin importar que tan grande o pequeña pueda ser la empresa, de que los distintos recursos que se empleen para la producción se deben cuidar, y/o renovar para que en las próximas generaciones se puedan seguir utilizando y aprovechando. Por eso es muy importante que una organización tenga en cuenta su gestión con respecto a la responsabilidad social, ya que esta eleva su imagen corporativa frente a las distintas personas involucradas directa o indirectamente con la empresa, ya sean sus clientes, los proveedores o los mismos colaboradores, convirtiéndose a si en modelos a seguir en estas prácticas.

Enfoque nacional

Estrella (2017), *“Influencia de la responsabilidad social empresarial en el posicionamiento de la marca “Sodimac” en los clientes frecuentes del distrito de Lima-centro, 2017.* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Cuya finalidad fue establecer cómo influye “la responsabilidad social empresarial” en sus clientes frecuentes del distrito de Lima – Centro, 2017, y por ende saber el posicionamiento de la marca Sodimac frente a ello. Se obtuvo que los resultados de las personas encuestadas mostraron satisfacción ante a las formas de manifestación de responsabilidad social realizadas por Sodimac, por ende, se llegó a la conclusión de que su posicionamiento es influenciado positivamente por la responsabilidad social que realiza.

Hernández y Manrique (2017), *“La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadora de uva fresca.* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Realizando el análisis de “la responsabilidad social empresarial” y su marcada influencia en el éxito competitivo de las demás empresas agroexportadoras de uva fresca, concluyó que:

Habiendo realizado entrevistas ya sea dentro de la empresa como a las personas que son parte de ella, directa o indirectamente, en busca de afirmaciones o negaciones que hagan concluir si la responsabilidad social influye para que las empresas agroexportadoras de uva fresca en la ciudad de Ica alcancen el éxito, se obtuvo como resultado final una influencia positiva.

Cárdenas (2014), *“La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores en el distrito de Trujillo, Perú.”* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Con la finalidad de determinar la incidencia de “la responsabilidad social empresarial” en la manera de comportarse ante las compras de los consumidores en el distrito de Trujillo, Perú, se concluyó que en los últimos tiempos, se ha venido registrando el concepto de responsabilidad social, lo cual ha permitido tener una nueva visión no solamente en consumidores socialmente responsables, si no que ha dado paso para que las empresas pueden tener una mejor gestión de cara ante la sociedad.

Enfoque local

Tarrillo (2018), *“Gestión del sistema de aseguramiento y la satisfacción de los usuarios en la Unidad Desconcentrada Regional del Seguro Integral de Salud de Tarapoto, año 2017”*. (Tesis Magistral). Universidad César Vallejo-Filial-Tarapoto. Se planteó establecer la existencia vinculante entre la Gestión del sistema de aseguramiento y el sentimiento de satisfacción de los usuarios de la Unidad Desconcentrada Regional del Seguro Integral de Salud de Tarapoto, año 2017. Se realizó una metodología correlacional no experimental, se hizo el estudio en base a 303 personas, las cuales fueron encuestadas, obteniendo como resultados estadísticos que: Hay una relación directa y significativa que vincula la gestión del sistema de aseguramiento y el sentimiento de satisfacción de los usuarios de la descrita Entidad, la cual ha sido evaluado de acuerdo con el valor estadístico de *“chi cuadrado”*, en el cual el valor de $\chi^2 = 16,9190$ es menor al del $\chi^2 = 909,000$, así mismo, se evidencia que la significancia asintótica es igual a cero. Es importante señalar que el resultado de la realización de la Gestión del Sistema de Aseguramiento es un 65.7% (regular), 14.0% (bueno), 11.9% (excelente) y 10.1% (deficiente); así mismo, los resultados del sentimiento de satisfacción de los usuarios del sistema de aseguramiento han quedado

determinados en 64% (regular), 16.7% (bueno), 10.7% (excelente) y 8.6% (deficiente).

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial

Se han obtenido algunos conceptos que describen las características y objetivos de la RSE de especialistas y organismos sociales internacionales. A continuación, algunas de ellas:

Fernández (2010), *“La responsabilidad social de la empresa es lo que la misma hace para influir en la sociedad en la que existe. Dicho concepto está fuertemente vinculado con el de ética, el cual implica el estudio de la forma en que nuestras decisiones afectan a los demás”* (p.45).

Sánchez (2010) *“Es una gestión empresarial que forma parte de un marco de respeto y compromiso con los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, para cooperar con el desarrollo económico sostenible”* (p.22).

Hay varias organizaciones alrededor del mundo que han aportado definiciones de responsabilidad sociales, las mismas que han aplicado dentro de sus organizaciones, estas acciones han contribuido no solo a mejorar la sostenibilidad económica sino también han tenido un interés en fomentar mayor respeto hacia los derechos de las personas y la conservación del planeta tierra.

Franch, Izquierdo y Torres (2010), concluyen que:

Los términos *“elaboración de memorias de sostenibilidad”* son utilizados como sinónimos de términos tales como *“elaboración de memorias de ciudadanía”*, *“elaboración de memorias sociales”*, *“elaboración de memorias de triple cuenta de resultados”*, entre otros términos que abarcan distintas dimensiones tales como la económica, la ambiental y la social de la actuación de una empresa. (p. 40)

Centra RSE [CRSE] (2006), lo describe como:

Realizar negocios que estén de acuerdo a las leyes exigidas, pero además cuenten con principios éticos. Sabemos que las empresas tienen un impacto en la sociedad en donde realizan sus actividades, el cual debe ser positivo tanto para el

desarrollo económico de empresa como el de la sociedad. No se trata de filantropía, sino más bien de realizar acciones que logren estabilidad para todo el entorno (p.67).

De igual modo Schwab y Malca (2008) *“La responsabilidad social empresarial no es más que el desarrollo de la responsabilidad individual que tiene toda persona hacia su contexto físico y social”* (p.105)

Se trata de buscar objetivos que ayuden al mejoramiento no solo de la empresa sino también de la sociedad y del público involucrado, para ellos esta gestión se debe realizar de manera ética y transparente para así poder obtener resultados positivos frente a lo trazado, esto será posible si se cuidan los recursos naturales y los recursos humanos, siendo respetuoso con el entorno que los rodea”. (Instituto Ethos de Responsabilidad Social, 2007, p. 78).

Importancia de “la responsabilidad social empresarial”.

Para Yita (2011) *“Las empresas han ido adquiriendo un rol importante en las sociedades donde están insertas”* (p.99). Estas deben involucrarse en el desarrollo de las comunidades en donde realizan sus actividades, y no solo se trata de dar trabajo a la comunidad, sino a contribuir activamente en el mejoramiento ético, social, cultural y empresarial de una comunidad. En los últimos años muchas empresas han implementado estas acciones de distintas formas, pero todas adaptándose al entorno en donde se encuentran, para así influir positivamente en el crecimiento tanto empresarial como social.

Características de “la responsabilidad social empresarial”.

ABC Color (2009, p.89) describe las siguientes características:

- Es la nueva visión frente a las acciones que realiza una organización, ya sea que esta busque rentabilidad económica o no.
- Las empresas realizan acciones de forma activa, las cuales se pueden observar constantemente, y estas acciones deben ser voluntarias, es decir no por obligaciones de leyes estatales sino por voluntad propia de la entidad.
- Buscan objetivos que vayan ligados a la mejora de las necesidades de las personas involucradas, ya sea directa o indirectamente, con la organización (clientes, colaboradores, proveedores, la sociedad).

- Se trata de realizar acciones que trasciendan solo lo que la ley exige, es decir que sea un acto voluntario de mejora para el entorno en donde se encuentran, y no solo lo básico. Por ejemplo, darles a los trabajadores 30 días de vacaciones no son acciones de RSE, porque estas son obligaciones establecidas en la ley.
- Las acciones de responsabilidad social pueden expandirse no solo en el lugar donde radica la empresa sino en otros lugares, estas acciones pueden incluso realizarse fuera del país.
- Involucra el aspecto económico, social y ambiental.

Dimensionamiento de “la responsabilidad social empresarial”.

De acuerdo con Fernández (2010, p.90), “*la responsabilidad social empresarial*” (RSE) se divide en dos dimensiones:

- **Dimensión interna**, la dimensión interna es aquella que tiene impacto dentro de la misma organización, en donde están involucrados los colaboradores, el cómo utilizan los recursos naturales para la elaboración de sus productos y el cuidado medio ambiente.
 - Adaptación al cambio. Si se tiene conciencia de responsabilidad social, entonces cada vez que una organización se tenga que adaptar a los cambios del entorno, no sólo buscará su beneficio sino tomara decisiones teniendo en cuenta no afectar a las otras partes involucradas, como por ejemplo buscará que su personal no sea afectado con un recorte frente a una reestructuración, o buscará diversas medidas para que no se afecte el medio ambiente frente a la elaboración de sus productos, etc.
 - Trabajadores. Aquí hablamos de aquellas personas las cuales laboran en determinada empresa u organización, las cuales son remuneradas, y esto está establecido en un contrato de trabajo.
 - Gestión de los recursos humanos. En este punto, se pueden incluir acciones como capacitar constantemente a los colaboradores para que sigan creciendo profesionalmente, hacerles saber cuáles son los objetivos de la empresa y tratar de orientar sus metas personales junto con ellos, para que ambos puedan ir en una misma dirección, integrar a distintos tipos de personas a la empresa, dando las mismas oportunidades de crecimiento

económico y profesional sin importar si son mujeres o varones, y buscando siempre la seguridad en el lugar donde desarrollan sus actividades.

- Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales. Para ser más eficiente se deben utilizar solo los recursos materiales necesarios, evitando desechos excesivos o buscando siempre la reducción de los mismo, para así no tener tanto impacto negativo en el medio ambiente, y buscar la forma de siempre renovar o reutilizar los recursos.
 - Accionistas o propietarios. Hablamos de aquellos que tienen alguna parte económica de propiedad de una empresa, estos pueden ser personas u otras entidades, en algunos casos los mismos trabajadores pueden tener parte de estas acciones, con la diferencia que ellos pueden ser accionistas minoritarios frente a aquellos que cuentan con la mayor parte de las acciones y que son accionistas mayoritarios.
 - Seguridad y salud en el trabajo. Hoy en día muchas empresas han optado por incluir dentro de sus contrataciones criterios que involucran a la seguridad en el trabajo y la salud, esto ha hecho que se en general muchos tengan ya como base estos criterios para cada contratación, los cuales deben estar incluidos y aplicados al momento de la contratación, estas empresas pueden utilizar a terceros para llevar a cabo estas acciones de seguridad y salud, los cuales llevan un control continuo del programa, buscando siempre la mejora.
- **Dimensión externa.** Son aquellos que están involucrados directa o indirectamente con la organización, con los cuales la empresa tiene vínculos, y estos pueden ser los clientes, contratistas, proveedores, etc. Quienes tienen un interés con la misma y esta debe producirles algún valor para que sea socialmente responsable.
- Comunidades locales. Las empresas en su conjunto forman parte de aquella comunidad en la cual realizan sus actividades, y estas deben apoyar al crecimiento dicha comunidad, ya sea local o mundial, y no solo dando empleo a las personas que ahí viven sino también aportan al crecimiento de los ingresos fiscales pagando sus impuestos, esto ayuda al crecimiento de la

comunidad. Es por ello que las empresas que buscan la mayor parte de sus trabajadores dentro de la localidad en donde se encuentra ubicado buscan que estas personas sean profesionalmente competentes y cuenten con buena salud, y es ahí donde buscan un enfoque de responsabilidad social.

- Socios comerciales, proveedores y consumidores. Sabemos que existen personas o entidades externas involucradas con la empresa, estas pueden ser los clientes, proveedores o subcontratistas, etc, y las empresas deben preocuparse por las acciones de los mismos, ya que su resultado social puede verse afectado por las practicas que realizan éstas empresas.
- Derechos humanos. En este punto es complicado identificar que responsabilidad tiene propiamente la empresa ante los derechos humanos y cuál le compete al estado, es por ello que la empresa debe estar siempre alerta frente a las acciones que realizan todos los involucrados a ella, para así velar por los valores que los caracteriza y buscando el bien social.
- Problemas ecológicos mundiales. Por el uso de recursos para la elaboración de productos o la cantidad de desechos de las empresas, que terminan en el mar, existe un impacto ambiental negativo el cual se extiende a nivel global, por ejemplo, si una empresa emite desechos y estos van terminan en el mar de su localidad, estos se van a extender a lo largo de todo el océano, o una empresa que utiliza que contamina el ambiente con emisión de gases, esto afecta la capa de ozono y se vuelve una contaminación global que afecta a todo el planeta, en este sentido las empresas deben tomar conciencia de que su responsabilidad social no solo abarca el lugar donde radica sino a nivel global y debe tomar medidas frente a ello. Un claro ejemplo de lo que se acaba de describir es que se busque fomentar la disminución del impacto ambiental que generan sus actividades en el desarrollo de su cadena de producción, todo ello en el marco del planteamiento PIP (política integrada de producto); así mismo se busque hacer mayor empleo de aquellas herramientas internacionales que se encuentren vinculadas con la gestión y con los productos.

1.2.2. Satisfacción del poblador

Muñoz (1990) nos dice que la satisfacción laboral es:

“Cuando una persona realiza actividades que van acorde a sus expectativas tanto económicas como sociales, en un ambiente laboral agradable y este le produce un sentimiento positivo y de agrado.”

Según Thompson (2017). *“La satisfacción es un estado de la mente, generado por una mayor o menor, según corresponda, optimización de la retroalimentación cerebral, por la cual las diferentes zonas cerebrales compensan el potencial”* (p.34)

Los autores Kotler y Keller (2006) nos indican acerca de la satisfacción de cliente lo siguiente:

Cuando una persona realiza la compra de un producto o servicio, esta experimenta un sentimiento positivo o negativo frente a los resultados que ella esperaba, si estos resultados están por encima de sus expectativas, el cliente queda muy satisfecho, si es lo que esperaban quedan satisfechos, pero si están por debajo de lo que esperaba el cliente queda insatisfecho.

Satisfacción del usuario o del poblador

Philip (2005), tiene una definición para la “satisfacción” del cliente o usuario (poblador) y nos dice que es *“el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”* (p.50).

Importancia del sentimiento de satisfacción del usuario

Según Lancaster (1995), menciona: *“Ubicar el origen en el tiempo de la satisfacción de usuarios nos remite necesariamente al tema de la evaluación”* (p.352). El concepto de satisfacción del cliente se origina en los años 70s y desde entonces ha ido tomando importancia hasta llegar a ser considerada como un punto básico a evaluar para obtener resultados positivos frente a un producto servicio.

Característica del poblador o usuario

Para García (2009), define que es la persona que utiliza el producto o servicio brindado, ya sea por única vez o constantemente.

Actualmente nos encontramos con usuarios que se han vuelto exigentes frente a las expectativas que tienen frente a un servicio o producto, esto debido a que vivimos en un mundo globalizado y de constante cambio, en donde la tecnología hace que las personas hayan facilitado su quehacer diario. Es por ello que los consumidores actuales esperan recibir un producto de alta calidad o un servicio que satisfaga sus necesidades.

Los 3 Elementos que conforman la satisfacción del Cliente

Thompson (2017, p.65), nos da a conocer aquellos elementos que propician la satisfacción del cliente:

1. La percepción del rendimiento: Se encuentra referido al desempeño (la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se fundamenta en el resultado final que el cliente experimenta frente a un servicio o producto.
- No se obtiene desde la opinión de la empresa sino de la del cliente.
- Basado en aquellas percepciones de los clientes, no necesariamente en la realidad, y este puede estar influenciado por las opiniones de otros usuarios.
- Se trata más que todo en lo que el cliente cree que obtuvo, más que en la realidad.
- También esta influenciado por cómo se encuentre anímicamente la persona.

- 2. Las Expectativas:** Es aquello que los clientes esperan conseguir frente a un producto o servicio, y éstas pueden darse por las siguientes situaciones:
- Resultados obtenidos de otras compras.
 - Las promesas que las mismas empresas indican que obtendrán de la al realizar compra de su producto o servicio.
 - Están influenciadas por opiniones que escucharon de otros compradores.
 - Las promesas que realizan la competencia
- 3. Los Niveles de Satisfacción:** Existen 3 niveles de satisfacción, y estas se experimentan posteriores a la compra de un determinado producto o servicio. Estos son:
- **Complacencia:** Pasa cuando los resultados obtenidos sobrepasan las expectativas del cliente.
 - **Satisfacción:** Es cuando los resultados obtenidos son iguales a lo que el cliente esperaba.
 - **Insatisfacción:** Sucede cuando los resultados alcanzados se encuentran por debajo de la expectativa del cliente.

Las dimensiones de la satisfacción

Según Philip (2005, p.78), da a conocer las siguientes dimensiones:

- **Gestión Municipal:** Es aquella gestión que está a cargo del estado, la cual debe velar por la mejora estructural y socioeconómica del pueblo donde le compete su jurisdicción.
 - **Condiciones de vida:** Son los modos de las personas que desarrollan a lo largo del contexto ya sea en lo político, económico y social.
 - **Promoción del desarrollo económico social:** Es el ingreso muchas veces se dice que el ingreso se da entre países o regiones para crear riquezas., en este caso se da de la cervecería como satisfacción del poblador.

- **Comunicación:** Si una empresa tiene sus objetivos claros, esta debe tener una buena comunicación para hacer llegar estos objetivos a todos los interesados, por ende, debe buscar los medios necesarios para transmitir dicha información y que esta sea clara.
 - **Medios para transmitir:** Se da por medio de transportes, en este caso los carros que llevan las cervezas a los diferentes tipos de negocios, como bodegas, discotecas.
 - **Objetivos de la organización:** A bastecer a los diferentes puntos la cerveza, ya que son bebidas fundamentales, para el consumo de fiestas, reuniones, entre otros.
- **Condiciones Ambientales:** Todas las personas necesitan vivir dentro de un ambiente confortable y con buena infraestructura.
 - **Ambiente agradable y desarrollado:** La población o el cliente tiene la necesidad de ver la situación de la empresa.
 - **Infraestructura:** Depende de tener un buen ambiente seguro y confiable para la atención adecuada del servicio.
- **Atención de Servicio:** Si tenemos una buena atención de servicio obtendremos resultados positivos frente a la perceptos de los clientes, ya que la atención de servicios es la primera impresión que se tiene de un municipio, y este debe ser:
 - **Atención con amabilidad y rapidez:** Toda empresa se distingue por el trato que tiene hacia sus clientes y la forma de despachar.
- **Satisfacción con el Distrito:** Es lograr un ambiente que sea de agrado para la población que ahí radica, habiendo obtenido una buena atención, ver el distrito ir mejorando poco a poco, etc.
 - **Atención de calidad:** Siempre prevaleciendo el producto de calidad.
- **Responsabilidad con el desarrollo del distrito:** Así como el municipio tiene responsabilidades, los pobladores también ejercen un rol trascendente para el desarrollo de su comunidad, como por ejemplo deben cumplir con el pago de sus impuestos comprometiéndose con el desarrollo de la comunidad.

- **Obligaciones de calidad:** Son deudas a medio o largo plazo que son usadas por las grandes empresas para conseguir dinero, en este caso la empresa Backus y Johnston, tiene varias sucursales, encargadas de brindar obligaciones de calidad
- **Compromiso:** Son los principios que la empresa cuenta.

1.3. Definición de términos

Certificación. La certificación es la garantía que se entrega o extiende sobre algo y que tiene la misión de afirmar la autenticidad o la certeza de algo, para que no queden dudas respecto de su verdad o que se está ante algo auténtico. (Bembibre, 2012, p.34).

Cultura. Es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es. (Vásquez, 2010, p.67)

Evaluación. Se denomina evaluación al proceso dinámico a través del cual, e indistintamente, una empresa, organización o institución académica puede conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y flaquezas y así reorientar propuestas o bien focalizarse en aquellos resultados positivos para hacerlos aún más rendidores. (Ucha, 2009, p.45)

Expectativas. Están vinculadas con las predicciones y las previsiones. A más nivel de certezas sobre el futuro, más chances existen que se cumplan las expectativas: “Existe una expectativa muy grande por el anuncio del presidente, ya que varios ministros señalaron que será beneficioso para la economía”. (Pérez y Merino, 2009, p.67).

Necesidades. Una necesidad surge cuando existe un impulso imposible de controlar que lleva a que los esfuerzos individuales se encaminen en cierta dirección. También se emplea en otras circunstancias para describir la falta de objetos o afectos de índole emocional que son imprescindibles para subsistir o la carencia de productos nutritivos o de bien primario que provocan hambre o desequilibrio físico de algún tipo. (Pérez y Gardey, 2008, p.78).

Percepción. Es el acto de recibir, interpretar y comprender a través de la psiquis las señales sensoriales que provienen de los cinco sentidos orgánicos. Es por esto que la

percepción, si bien recurre al organismo y a cuestiones físicas, está directamente vinculado con el sistema psicológico de cada individuo que hace que el resultado sea completamente diferente en otra persona. Es, además, la instancia a partir de la cual el individuo hace de ese estímulo, señal o sensación algo consciente y transformable. (Bembibre, 2009, p.11).

Retribución. Es un término que permite nombrar al pago, estímulo, dispendio, reembolso o gratificación que una persona recibe por una determinada tarea o acción. (Pérez y Merino, 2014, p.33).

Retroalimentación. Puede entenderse a la retroalimentación como un proceso o un mecanismo que contempla el movimiento de una señal en el interior de un sistema. El regreso de la señal a su entrada se denomina bucle de retroalimentación. La retroalimentación también aparece en el proceso de comunicación. En este caso, está formada por las reacciones inmediatas del receptor frente a un mensaje: estas reacciones llegan al emisor a través de distintos medios y posibilitan un ajuste en la comunicación. (Pérez y Merino, 2014, p.70).

Socio-económico. Que se refiere a la sociedad o persona considerada en términos económicos. Que se toma en cuenta lo social y lo económico conjuntamente. (Lucano, 2016, p.21)

Seguridad. El término seguridad posee múltiples usos. A grandes rasgos, puede afirmarse que este concepto que proviene del latín securitas hace foco en la característica de seguro, es decir, realza la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos. Una cosa segura es algo firme, cierto e indubitable. La seguridad, por lo tanto, puede considerarse como una certeza. (Pérez y Gardey, 2008, p.28).

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Sistema de hipótesis

Hi: “la responsabilidad social empresarial” de la empresa Unión de cervecías peruanas Backus y Johnston S.A.A influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018.

Ho: “la responsabilidad social empresarial” de la empresa Unión de cervecías peruanas Backus y Johnston S.A.A no influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018.

2.2. Sistema de variables

Variable No dependiente: “*La responsabilidad social empresarial*”

Variable Dependiente: “*Satisfacción de los pobladores*”

2.3. Proceso de transformación de variable

El proceso de transformación de variables se indica en la tabla 1

2.4. Método de la investigación

Método de investigación

El método de investigación utilizado es la aplicada; toda vez que se emplearon los conocimientos teóricos en sus posibles aplicaciones y/o consecuencias prácticas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 73)

Nivel de investigación

El nivel de investigación es explicativo; ya que no sólo se definen las variables, sino que a través de los estudios realizados se puede explicar porque ocurre un fenómeno y como se relacionan las variables. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 76)

2.5. Diseño de la investigación

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), el estudio esta referido al método no experimental de diseño transversal en la que no se manipulan las variables ni se asignan sujetos de forma aleatoria. Se efectuarán observaciones de aquellos sujetos que pueden caer de manera natural en esas condiciones y se realizaran en único momento. (p. 86)

El presente estudio se adaptó al diseño siguiente:

$$M = O_x \longrightarrow O_y$$

Dónde:

M = Muestra

O_x = Responsabilidad social empresarial

O_y = Satisfacción del poblador

I = Influencia.

2.6. Población y muestra

Población

La población involucrada fueron todos los residentes de la ciudad de Yurimaguas, los cuales ascienden a 72,170 personas. (Censo del INEI 2015)

Muestra

De manera de establecer la muestra se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

N= Población de estudio.

n = Tamaño de la muestra

Probabilidad de éxito (p) = 0.8

Probabilidad de fracaso (q) = 0.2

Nivel de confianza (Z) 95% =1.96

Margen de error (e) 5 % = 0.05

$$n = \frac{3.8416 * 0.16 * 72170}{0.0025 * 72169 + 0.61466}$$

$$n = \frac{44359.72352}{181.04}$$

$$n = 245$$

La muestra fue de 245 pobladores.

2.7. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos (ver anexo B)

En el presente estudio se emplearon las siguientes técnicas e instrumentos:

Tabla 2

Instrumento de recopilación de datos

Técnica	Instrumento	Alcance	Informante
Técnica de Fichaje	Fichas de investigación bibliográficas	Marco teórico, marco conceptual y problemática de las variables.	Libros, revistas y otros.
Encuesta	Cuestionario	Población de la ciudad de Yurimaguas.	Clientes de la empresa Unión de Cervecería Peruanas Backus y Johnston S.A.A

Fuente: Elaboración propia

Técnicas de investigación

A continuación, se describen las principales técnicas y análisis de datos que se utilizaron:

Este trabajo está basado en los resultados obtenidos a través de encuestas realizadas a personas involucradas, estos resultados han sido plasmados en diversas gráficas obtenidas del Excel. Así mismo, la totalidad de los resultados de cada una de las encuestas realizadas serán procesados a través del SPSS, ello con la finalidad de determinar el coeficiente de correlación simple (por rangos de Spearman).

Tabulación: Posterior a la recopilación de datos e información, se realizó la tabulación y procesamiento de los datos de las variables en estudio, continuando con el análisis para posteriormente continuar con el ordenamiento de forma sistemática.

Método Gráfico: Herramienta estadística utilizada para representar los datos a escala y con su respectivo indicador según corresponda.

Instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación están diseñados para cumplir roles muy importantes en la recopilación de datos, y su aplicación se da de acuerdo a la naturaleza y a las características del problema, así como a la intencionalidad del objeto de estudio” (Carrasco, 2015, p. 334). En ese sentido se planteó como instrumento de investigación, el cuestionario.

2.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

En la presente investigación los resultados obtenidos se analizaron a través del uso de tablas estadísticas, así mismo, la determinación de la hipótesis se hará mediante el coeficiente de correlación de Spearman.

Para la interpretación respectiva se considera la tabla descrita a continuación:

Tabla 3*Tabla de correlación*

Valor de r	Significado
-1,00	Correlación negativa perfecta
-0,9	Correlación negativa muy fuerte
-0,75	Correlación negativa considerable
-0,50	Correlación negativa media
-0,25	Correlación negativa débil
0	No existe correlación alguna entre las variables
+0,10	Correlación positiva muy débil
+0,25	Correlación positiva débil
+0,50	Correlación positiva media
+0,75	Correlación positiva considerable
+0,90	Correlación positiva muy fuerte
+1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Valderrama 2016 p. 17

2.9. Materiales y Métodos

Se utilizaron diversos útiles de escritorio como papel bond, lapiceros, laptop, etc. para poder llevar a cabo el desarrollo de la investigación.

El método que se utilizó es el método inductivo. El cual permite desarrollar hipótesis, investigar leyes científicas y/o demostrarlas, y están se producen de a partir de un caso en particular, que nos lleva a conocimientos generales. (Huamachumo y Rodríguez, 2015)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis e interpretación de tablas estadísticas

3.1.1. Evaluar “la responsabilidad social empresarial” de la empresa “Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A.” en los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, periodo 2018.

Con respecto a la tabla número 4 muestra que del total de personas encuestadas el 1% señala que la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston tienen una muy mala responsabilidad Social para con la sociedad, mientras el 20% señala que el tipo de responsabilidad que proyecta es mala, en tanto un 39% del total de encuestados que forman parte de los habitantes de la ciudad de Yurimaguas afirman que es regular y por último el 40% del total de encuestados señala que la responsabilidad social de dicha empresa es buena.

Tabla 4.

Responsabilidad social empresarial

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	3	1%
Malo	48	20%
Regular	95	39%
Bueno	98	40%
Muy Bueno	1	0%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia*

En la tabla 5 se puede observar que del total de encuestados de la ciudad de Yurimaguas, el 2% indica que la gestión que se realiza dentro de la empresa de cervecerías peruanas Backus y Johnston en cuanto a la gestión de recursos humanos, mejora de información, equilibrio de trabajo seguridad y salud en los espacios de trabajos es muy malo, en tanto el 14% señala que es malo, mientras el 40% señala

que dichos esfuerzos son regulares y por último el 44% señala que “la responsabilidad social empresarial” es buena y notoria.

Tabla 5

Dimensión interna

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	5	2%
Malo	34	14%
Regular	98	40%
Bueno	108	44%
Muy Bueno	0	0%
Total	245	100%

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 6 se puede observar que del total de encuestados el 1% indica que la empresa en cuestión no realiza ningún tipo de esfuerzo para el desarrollo de la comunidad donde viene desarrollando sus actividades por lo tanto se considera muy mala, el 18% afirma que dichos esfuerzos son malos, por otro lado, el 46% señala que la empresa tiene el ímpetu de desarrollar programas que impulsen el crecimiento y desarrollo de la ciudad por lo tanto son de carácter bueno y por último el 2% de los encuestados señala que es muy bueno.

Tabla 6

Dimensión externa

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	2	1%
Malo	45	18%
Regular	112	46%
Bueno	81	33%
Muy Bueno	5	2%
Total	245	100%

Fuente: Elaboración Propia.

3.1.2. Conocer la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, periodo 2018.

En la tabla 7 se puede observar que del total de personas encuestadas que residen en la ciudad de Yurimaguas, el 1% indica que los procesos, procedimientos y/o forma de actuación de la empresa en cuestión es muy malo, mientras el 19%

señala que dicha actuación en el mercado es mala, en tanto el 36% señala que es regular, del mismo modo el 42% del total de encuestados señala que es bueno y por último el 2% señala que la actuación y forma de actuar de la empresa es muy buena.

Tabla 7

Satisfacción de los pobladores

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	3	1%
Malo	47	19%
Regular	87	36%
Bueno	102	42%
Muy Bueno	6	2%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia*

En la tabla 8 se puede observar que del total de encuestados, el 13% señala que dicha empresa desarrolla sus actividades en condiciones ambientales muy mal ,el 21% indica que es malo, en tanto el 41% señala que con frecuencia el ambiente en el cual se desarrolla las actividades, forma de trabajo e infraestructura es regular, del mismo modo el 22% del total de encuestados señala que es bueno y por último el 2% indica que la forma de actuación e instalaciones de la empresa para con el cliente consumidor, trabajador y poblador es bueno.

Tabla 8

Condiciones ambientales

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	32	13%
Malo	52	21%
Regular	100	41%
Bueno	55	22%
Muy Bueno	6	2%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia.*

En la tabla número 9 muestra que del total de encuestados los mismo que son habitantes de la ciudad de Yurimaguas, el 1% señala que la empresa de cervecías peruanas Backus y Johnston su contribución para la mejora de calidad de vida de los

pobladores, para el apoyo condicional a los clientes es muy malo, en tanto el 16% señala que es malo, por otro lado, el 40% señala que dichas gestiones es regula, del mismo el 40% de los encuestados señala que la gestión ambiental que realiza y la promoción del desarrollo social es buena y por último el 2% señala que es muy bueno.

Tabla 9

Gestión ambiental

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	3	1%
Malo	40	16%
Regular	98	40%
Bueno	99	40%
Muy Bueno	5	2%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia.*

Con respecto a la tabla 10, se puede observar que del total de sondeados, el 22% de los habitantes de la ciudad de Yurimaguas señala que la empresa la cerveceras peruanas Backus y Johnston utilizan los medios comunicacionales para transmitir información de manera mala, por otro lado el 40% indica que la empresa utilizan los medios como la televisión y radio de manera regular, asimismo el 36% manifiesta que usan los medios de comunicaciones bueno y el 2% señala que dicha manipulación es muy bueno por lo que es mensaje es claro y entendible

Tabla 10

Comunicación

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	1	0%
Malo	54	22%
Regular	98	40%
Bueno	88	36%
Muy Bueno	4	2%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia.*

En la tabla del 11 se puede observar que del total de sondeados el 1% indica que la atención que recibe en dichas instalaciones suele carecer de amabilidad y rapidez por lo tanto es muy malo, en tanto el 25% señala que dicho servicio se realiza

de manera mala, en tanto el 43% señala que el servicio que reciben a veces suele llevarse a cabo de manera amable rápida por lo tanto se califica como regular y por último el 31% señala que la experiencia con el servicio es buena.

Tabla 11

Atención de servicios

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	2	1%
Malo	61	25%
Regular	106	43%
Bueno	76	31%
Muy Bueno	0	0%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia.*

Con relación a la tabla 12 se observa que, del total de sondeados, el 22% señala que la atención que ha recibido de parte de los vendedores es mala, por otro lado, el 42% señala que veces el personal hace atractivo el su producto mejorando la interacción entre ambas partes por lo que califica como regular y el 36% señala que se encuentra satisfecho con el servicio que reciben cuando visita las instalaciones.

Tabla 12

Satisfacción con el servicio

Intervalos	F	Porcentaje
Muy Malo	0	0%
Malo	54	22%
Regular	103	42%
Bueno	88	36%
Muy Bueno	0	0%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia.*

En relación a la tabla del 13, se puede observar que del total de sondeados el 2% indica que la empresa no realiza la responsabilidad con el desarrollo del distrito por ende se califica este acto como muy malo, de la misma manera 25% señala que dichas acciones suelen tornarse como malas, por otro lado el 29% señala que suelen tener conocimientos sobre las obligaciones tributarias sobre la empresa, asimismo el 41% señala que conoce las obligaciones que debe cumplir para desarrollar un

ambiente armónico entre la sociedad y empresa es bueno y un 2% señala que dicho ambiente es muy bueno.

Tabla 13

Responsabilidad con el desarrollo del distrito

Intervalos	F	Porcentaje
Muy malo	6	2%
Malo	62	25%
Regular	71	29%
Bueno	101	41%
Muy bueno	5	2%
Total	245	100%

Fuente: *Elaboración Propia.*

3.1.3. Calcular la influencia de “la responsabilidad social empresarial” de la empresa “Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A.” y la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

Tabla 14

Correlación entre la responsabilidad social empresarial y la satisfacción de los pobladores

Correlaciones				
		Responsabili dad social Satisfacción de empresarial los pobladores		
rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial	Coefficiente de correlación sig. (bilateral)	1,000	,563*
		n	245	245
	Satisfacción de los pobladores	Coefficiente de correlación sig. (bilateral)	,563*	1,000
		n	245	245

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Posterior a la aplicación del Test de “*Rho de Spearman*”, se determinó y se realizó pruebas de la relación existente, siendo el valor “r” (Coeficiente correlacional) = 0.563. En ese sentido, se acepta la H_1 , es decir, “la responsabilidad social empresarial” de la empresa en análisis influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018.

3.2. Discusión de resultados

La empresa Unión de cerveceras peruanas Backus y Johnston tiene una baja responsabilidad Social con la sociedad, debido a que no realiza ningún tipo de esfuerzo para el desarrollo de la comunidad donde viene desarrollando sus actividades, sin embargo, la empresa tiene el ímpetu de desarrollar programas que fomenten el desarrollo y crecimiento de la ciudad, en esas condiciones, Cea (2015), en su estudio de investigación, discrepa con los resultados obtenidos, al manifestar que tomar forma de una empresa moderna pluralista, que se integra por distintos grupos de intereses que se ponen como objetivo el desarrollo sostenible a través de planteamientos estratégicos, que no solo tienen objetivos financieros, sino también el objetivo social y ético. Obteniendo como respuestas a esta investigación que no hay un concepto único de “*Responsabilidad Social Empresarial*”, sino que va cambiando y mejorando frente a los cambios del entorno, así mismo, Andrate (2014) discrepa de dichos resultados al manifestar que a nivel mundial esta empresa transnacional sí cuenta dentro de su estructura jerárquica organizacional con el departamento de Sustentabilidad que administra temas relacionados al medio ambiente, a la ética, al cumplimiento, a la responsabilidad social corporativa y a los empleados. Sin embargo, y lamentablemente a nivel de Latinoamérica y en determinado caso en particular como en el Ecuador, dicha departamento de Sustentabilidad no tiene mayor prevalencia, motivo por el cual los objetivos, indicadores, planes de acción y estructura organizacional no consideran los principios de responsabilidad social en su definición, así mismo. Estrella (2017) no concuerda con dichos resultados, toda vez que manifiesta que en los resultados de las personas encuestadas mostraron satisfacción frente a las acciones de responsabilidad social realizadas por la empresa Sodimac, por ende llegó a la conclusión de que el posicionamiento de la marca Sodimac es influenciado por sus acciones de responsabilidad social, lo cual influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018, dichos resultados coinciden con lo expuesto por Tarrillo (2018), quien señala que la vinculación existente entre la gestión del sistema de aseguramiento y el sentimiento de satisfacción de los usuarios en la Unidad Desconcentrada Regional del Seguro Integral de Salud de Tarapoto, año 2017, es de forma directa y significativa, ello a raíz de lo evaluado con la fórmula estadística del “*chi cuadrado*” siendo el valor de $\chi^2 = 16,9190$ menor al $\chi^2 = 909,000$ y el resultado de la significancia asintótica es igual a cero.

CONCLUSIONES

- En relación a la variable responsabilidad social empresarial, se llegó a la conclusión de que es regular, debido a que el personal de la empresa no realiza actividades en mejoría del lugar, así mismo la poca adaptabilidad al cambio y las deficientes gestiones gerenciales ha hecho que su aporte sea pobre en cuanto a apoyos a la ciudad se trata, así mismo no apoya a las comunidades locales y no tiene programas ambientales que reduzca los altos índices de contaminación.
- La satisfacción del poblador referente a “*la responsabilidad social empresarial*” de la empresa en estudio, es buena, debido a que utiliza los diferentes medios comunicativos para que el personal se informe o la población en su conjunto, así mismo los objetivos institucionales son cumplidos a cabalidad, la empresa cumple con sus obligaciones tributarias, el personal se encuentra comprometido con su trabajo, sin embargo esta no ayuda al desarrollo de la ciudad y no hay una coordinación directa con la gestión municipal actual.
- Se determinó y se hizo pruebas de la relación existente con el valor “r” (Coeficiente correlacional = 0.563), concluyendo que “*la responsabilidad social empresarial*” de la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A influye de manera positiva en la satisfacción de los pobladores de Yurimaguas, año 2018.

RECOMENDACIONES

- La empresa debe aplicar los programas o políticas de responsabilidad social en coordinación con las instituciones gubernamentales locales, así mismo en dichos programas debe de incluirse a la población a través de programas de sensibilización, al mismo tiempo dichos programas y políticas deben de llegar a todas las comunidades aledañas al lugar.
- La empresa debe comunicar oportunamente las actividades que va realizar dentro de la comunidad, buscar que las actividades que realice la empresa en coordinación con los entes respectivos para evitar así duplicidad de actividades con un mismo fin.
- La empresa debe establecer y poner en práctica estrategias que permitan involucrar a la población mediante charlas de sensibilización y actividades donde se pueda incluir la participación de ciertos sectores de la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abc color (2009) “la responsabilidad social empresarial”: características e importancia. Recuperado de: <http://www.abc.com.py/articulos/la-responsabilidad-social-empresarial-caracteristicas-e-importancia-1172257.html>.
- Andrate, R. (2014) *Diseño de un modelo de gestión basada en responsabilidad social empresarial* (tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.usab.edu.ec/bitstream/10644/3775/1/T1330-MBA-Andrade-Dise%C3%B1o.pdf>
- Bembibre, C. (2012). Definición ABC. Recuperado de. <https://www.definicionabc.com/general/certificacion.php>
- Cárdenas, M. (2014) *La influencia de “la responsabilidad social empresarial” en el comportamiento de compra de los consumidores en el distrito de Trullo, Perú* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Recuperado de: http://dspace.unitr.u.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/667/cardenas_martha.pdf?sequence=1
- Cea, L. (2015), en su investigación titulada: *La responsabilidad social en las entidades privadas de la unión europea. Análisis empírico y propuestas del modelo normalizado* (tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Madrid, Estados Unidos.
- CentraRSE (2006). ¿Qué es RSE? Recuperado de: http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf
- Estrella (2017) *Influencia de “la responsabilidad social empresarial” en el posicionamiento de la marca “sodimac” en los clientes frecuentes del distrito de lima- centro, 2017* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2025/Luna_YEM.pdf?sequence=1&isAllowed=1
- Fernández, R. (2010) Dimensiones de “la responsabilidad social empresarial”. Sus actores. Papel de las políticas públicas. Recuperado de: <https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-laspolitic>.
- Franch, M, Izquierdo y Torres, M. (2007). *La Responsabilidad Social de la Empresa Relaciones entre la performance social, financiera y bursátil*. Generalitat Valenciana.

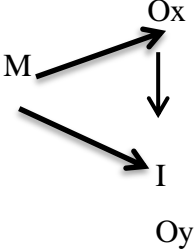
- Guerrero, C., y Penagos, P. (2017). *“Estudio del caso Responsabilidad Social Empresarial: en la Empresa Colsubsidio, motivos para implementar RSE”*. Recuperado de [https://repository.usta.edu.co › bitstream › handle › GuerreroCesar2017](https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/GuerreroCesar2017)
- Hernandez, C. y Manrique, I. (2017), En su investigación titulada: *“la responsabilidad social empresarial” y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadores de uva fresca* (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Huamachumo, H. y Rodríguez, J. (2015). *Metodología de la investigación en las organizaciones*. Editorial Summit, Perú.
- Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2007) Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0Abbe2011_Indic_ETHOS_ES P.pdf
- Lancaster, W (1995) The evaluation of library services: a concise review of the existing literature. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*,9 (18): 25-37. Enero-Junio.
- Lucano, M. (2016) Definición de socioeconómico. Recuperado de. <http://www.definicionesde.com/Definicion/de/socioeconomico.php>
- Muñoz, A (1990). Satisfacción laboral. Recuperado: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digita les/4875/hannouncetrabajodeinvestigacion.pdf
- Pérez, J. y Gardey, A. (2008). Concepto de seguridad. Recuperado de: <https://definicion.de/seguridad/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2009). Definición de retribución. Recuperado de: <https://definicion.de/seguridad/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definición de retribución. Recuperado de: <https://definicion.de/seguridad/>
- Pérez, M., Espinoza, C. & Peralta, B. (2016) en su investigación titulada: *“la responsabilidad social empresarial” y su enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro*. (Artículo). Universidad Metropolitana República del Ecuador. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023
- Philip, K (2005), la relación de la satisfacción de los pobladores. Recuperado: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4090/Hinostroza%20Tovar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sánchez, F. (2010) Responsabilidad social ambiental empresarial. (1era ed.). Colombia: Universidad la gran Colombia.
- Schwalb, M. y Malca O. (2005). Responsabilidad Social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible. (1ra ed.). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Tarrillo, Y. (2018). *Gestión del sistema de aseguramiento y la satisfacción de los usuarios en la Unidad Desconcentrada Regional del Seguro Integral de Salud Tarapoto, año 2017* (tesis magistral). Universidad César Vallejo-Filial Tarapoto. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31583>
- Thompson, I (2017), Introducción a la satisfacción al cliente. Recuperado: https://www.promo_negocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html
- Ucha, F. (2009). Definición ABC. Recuperado de. <https://www.definicionabc.com/general/certificacion.php>
- Vásquez, L. (2010) Cultura. Recuperado de: <https://www.significados.com/cultura/>
- Yita (2011) ¿Porque Es Importante La RSE? Recuperado de: <https://es.slideshare.net/yita111/porque-es-importante-la-rse>.

ANEXOS

Anexo A: Matriz de consistencia

Titulo	Formulación del problema	Objetivos	Diseño de investigación	Población y muestra	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>“Responsabilidad social empresarial de la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A y su influencia en la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, año 2018”</p>	<p>¿Cuál es la influencia de “la responsabilidad social empresarial” de la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A y la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas, año 2018?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la influencia de “la responsabilidad social empresarial” de la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A y la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimaguas en el año 2018.</p> <p>Objetivos específicos: - Evaluar “la responsabilidad social empresarial” de la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A en los pobladores de la ciudad de</p>	<p>Para Huamachumo y Rodríguez (2015) la investigación corresponde al tipo, no experimental es cualquiera en la que no se manipulan variables ni asignan sujetos de manera aleatoria. Se efectuarán observaciones de los sujetos que podrían caer de manera natural en esas condiciones dichas observaciones y se realizaran en único momento. (p. 86)</p>	<p>Población La población está conformada por todos los habitantes de la ciudad de Yurimaguas, que en este caso ascienden a 72,170.00 personas. Censo del INEI 2015</p> <p>Muestra La muestra fue de 245 habitantes</p> <p>Diseño de investigación</p>	<p>Responsabilidad social empresarial.</p> <p>Satisfacción</p>	<p>Dimensión interna</p> <p>Dimensión externa</p> <p>Condiciones ambientales</p> <p>Gestión municipal</p> <p>Comunicación</p> <p>Atención de Servicio</p> <p>Satisfacción con el distrito</p>	<p>Gestión de los recursos humanos</p> <p>Seguridad y salud en el trabajo</p> <p>Adaptación al cambio</p> <p>Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales</p> <p>Trabajadores</p> <p>Accionistas o propietarios</p> <p>Comunidades locales</p> <p>Socios comerciales, proveedores y consumidores</p> <p>Derechos humanos</p> <p>Problemas ecológicos mundiales</p> <p>Ambiente agradable y desarrollado</p> <p>Infraestructura</p> <p>Condiciones de vida</p> <p>Promoción del desarrollo económico social</p> <p>Medios para transmitir información</p> <p>Objetivos de la organización</p> <p>Atención con amabilidad y rapidez</p> <p>Atención de calidad</p>

		<p>Yurimagas, periodo 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimagas, periodo 2018. - Calcular la influencia de “la responsabilidad social empresarial” de la empresa Unión de cervecerías peruanas Backus y Johnston S.A.A y la satisfacción de los pobladores de la ciudad de Yurimagas en el año 2018. 	<p>La presente investigación se adaptó al diseño siguiente:</p>  <p>Dónde: M = Muestra Ox = Responsabilidad social empresarial Oy = Satisfacción del poblador I = Influencia</p>			<p>Responsabilidad con el desarrollo del distrito</p>	<p>Obligaciones tributarias</p> <p>Compromiso</p>
--	--	---	--	--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia

Anexo B: Encuesta

Buenos días señor(a) la presente encuesta tiene por finalidad recopilar información acerca de “la responsabilidad social empresarial”.

A continuación, se muestran preguntas relacionadas al tema.

Marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Las opciones de respuesta son las siguientes:

Muy malo (1)

Malo (2)

Regular (3)

Bueno (4)

Muy bueno (5)

Variable: Responsabilidad social empresarial

N°	Dimensión interna	1	2	3	4	5
Gestión de los recursos humanos		1	2	3	4	5
1	Como considera la mejora de la información en la empresa					
2	En qué grado se encuentra el nivel de equilibrio de trabajo					
Seguridad y salud en el trabajo		1	2	3	4	5
3	Como se encuentra el nivel de seguridad en la empresa					
4	Como se encuentra el beneficio de salud por parte la empresa a su personal					
Adaptación al cambio		1	2	3	4	5
5	Como considera las nuevas formas de atención de la empresa.					
6	En qué nivel aporta la empresa al cambio en la ciudad.					
Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales		1	2	3	4	5
7	En qué nivel se encuentra el consumo de recursos contaminantes de la empresa					
8	En qué grado se encuentra la empresa en la disminución de sus gastos energéticos para la eliminación de residuos de descontaminación.					
Trabajadores		1	2	3	4	5
9	La empresa es muy formal respecto a lo laboral					
10	El nivel de contrato al personal como se encuentra					
Accionistas o propietarios		1	2	3	4	5
11	Como considera el nivel de accionistas en la empresa					

12	Como es el nivel de habilidades de los accionistas y propietarios					
----	---	--	--	--	--	--

Dimensión externa						
		Comunidades locales				
		1	2	3	4	5
13	En qué grado conviene la empresa a la comunidad en el desarrollo.					
14	Como considera el nivel de adaptación a comunidades el producto con la finalidad de crecimiento y desarrollo.					
		Socios comerciales, proveedores y consumidores				
		1	2	3	4	5
15	En qué grado sus socios son conscientes de los resultados sociales de la empresa					
16	En qué grado los clientes son fieles a la marca y consumo del producto					
		Derechos humanos				
		1	2	3	4	5
17	Los trabajadores reciben el respeto por parte los superiores de la empresa.					
18	Como considera los derechos humanos de la empresa dentro de la ciudad.					
		Problemas ecológicos mundiales				
		1	2	3	4	5
19	Los insumos de dicho producto contamina el medio ambiente					
20	Las botellas son hechas de manera ecológica para el reciclaje					

Anexo C: Encuesta

Buenos días señor(a) la presente encuesta tiene por finalidad recopilar información acerca de la satisfacción de la población de Yurimaguas.

A continuación, se muestran preguntas relacionadas al tema.

Marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Las opciones de respuesta son las siguientes:

Nunca (1)

Casi nunca (2)

A veces (3)

Casi siempre (4)

Siempre (5)

Variable: Satisfacción

N°	Condiciones ambientales				
Ambiente agradable y desarrollado					
	1	2	3	4	5
1	Ayuda al desarrollo de la ciudad				
2	Existe un ambiente agradable al consumir esta bebida				
Infraestructura					
	1	2	3	4	5
3	Con que frecuencia cambian de sucursal				
4	Con que frecuencia la empresa renueva sus equipos.				
Gestión municipal					
Condiciones de vida					
	1	2	3	4	5
5	Mejora su calidad de vida.				
6	Con que frecuencia				
Promoción del desarrollo económico social					
	1	2	3	4	5
7	Existe apoyo condicional a sus clientes.				
8	Con que frecuencia la empresa realiza diversas promociones de descuentos con la finalidad de favorecer a su cliente.				
Comunicación					
Medios para transmitir información					
	1	2	3	4	5
9	Con que frecuencia la empresa da a conocer su marca por la tv y radio				
10	Existe post publicitarios de la marca por toda la ciudad				
Objetivos de la organización					
	1	2	3	4	5
11	Con que frecuencia la empresa cumple con sus obligaciones				
12	Existe una buena comunicación entre los vendedores y sus clientes				

Atención de servicio						
Atención con amabilidad y rapidez		1	2	3	4	5
13	La empresa atiende de manera amable a sus clientes					
14	Con qué frecuencia su atención a sus clientes es de forma rápida					
Satisfacción con el distrito						
Atención de calidad		1	2	3	4	5
15	La representante de la empresa es amable con usted.					
16	Con que frecuencia ofrecen sus productos de manera correcta.					
Responsabilidad con el desarrollo del distrito						
Obligaciones tributarias		1	2	3	4	5
17	Tiene conocimientos sobre sus obligaciones tributarias.					
18	Con qué frecuencia la empresa da a conocer las obligaciones tributarias que debe cumplir.					
Compromiso		1	2	3	4	5
19	Los trabajadores están comprometidos con su trabajo.					
20	Con que frecuencia el gerente se siente comprometido con ustedes.					

Responsabilidad social
empresarial de la Empresa
Unión de Cervecerías Peruanas
BACKUS y JOHNSTON S.A.A. y
su influencia en la satisfacción
de los pobladores residentes en
la ciudad de Yurimaguas, año

por Kimberly Mabel Vela Tangoa / Tessa Alexandra Anais Ocharán
Torres

Fecha de entrega: 04-oct-2022 08:59a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1916408934

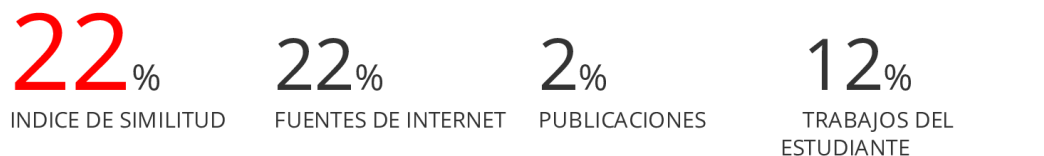
Nombre del archivo: PARA_TITULACION_2022_TESSY_OCHARAN_Y_KIMBERLY_VELA_3.10.22.docx (3.66M)

Total de palabras: 10922

Total de caracteres: 60676

Responsabilidad social empresarial de la Empresa Unión de Cervecerías Peruanas BACKUS y JOHNSTON S.A.A. y su influencia en la satisfacción de los pobladores residentes en la ciudad de Yurimaguas, año

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	prezi.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.utesup.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
7	ipem43.weebly.com Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja	1%