



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,**  
**FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES**

**TESIS**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL Y LA**  
**RELACIÓN QUE EXISTE CON LA GESTIÓN DE CALIDAD**  
**EN EL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE CUSCO –**  
**2020**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS**  
**GLOBALES**

**AUTOR:**

**Bach. CALLER QUISPE, FREDY**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

**ASESOR DE TESIS**

---

**Mg. MICHEL JAIME MÉNDEZ ESCOBAR**

**JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG**  
**Presidente**

---

**Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA**  
**Secretario**

---

**Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE**  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar con cariño muy especial esta tesis a mi abuelita Rosa Damiana que ya no está con nosotros, porque enfermo con el Covid 19 y se la llevó al cielo, a mi padre Froilán Caller Loayza y madre Juliana Quispe Flores por su apoyo y a los consejos de mi hermana Rosa Lourdes que me motivaron a realizar este tema. Les agradezco desde el fondo de mi alma. Para todos ellos es la dedicatoria.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos, que hicieron posible esta meta que actualmente será una realidad.

A Dios por ser la luz que me guio en mí camino y brindarme su fortaleza para continuar.

Al Mgt. Michel Jaime Méndez Escobar por el esfuerzo y dedicación que nos compartido sus conocimientos durante el desarrollo del presente estudio y a la Universidad Privada Telesup.

## RESUMEN

La presente investigación titulada “Responsabilidad social organizacional y la relación que existe con la gestión de calidad en el sector hotelero del distrito de Cusco – 2020” tuvo como principal objetivo Determinar la Responsabilidad social organizacional y la relación que existe con la gestión de calidad en el sector hotelero del distrito de Cusco – 2020.

La metodología empleada en esta investigación fue hipotético deductivo con un enfoque cuantitativo correlacional, el diseño fue el no experimental de corte transversal, con una población de 35 hoteles del sector hotelero del distrito de Cusco, Provincia de Cusco, con una muestra censal, se aplicó un cuestionario de acuerdo a las variables de estudio, obteniendo una fiabilidad de 0,907 y 0,966, nivel de valoración muy bueno.

Entre los resultados muestra que se obtuvo de acuerdo a la prueba estadística de Rho Spearman aplicada a la variable responsabilidad social organizacional y gestión de calidad con un coeficiente de correlación de  $r=0,877$ , con un nivel de significancia de 0.000 menor que el nivel esperado ( $p<0.05$ ) con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se puede afirmar que existe una correlación significativa entre la responsabilidad social organizacional y la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco, Provincia Cusco.

**Palabras clave:** responsabilidad social organizacional, gestión de calidad y factores de influencia de la calidad en la empresa.

## ABSTRAC

The present investigation entitled "Organizational social responsibility and the relationship that exists with quality management in the hotel sector of the district of Cusco - 2020" had as its main objective to determine the organizational social responsibility and the relationship that exists with quality management in the hotel sector of the district of Cusco - 2020.

The methodology used in this research was hypothetical deductive with a correlational quantitative approach, the design was the non-experimental cross-section, with a population of 35 hotels in the hotel sector of the district of Cusco, Province of Cusco, with a census sample, it was applied a questionnaire according to the study variables, obtaining a reliability of 0.907 and 0.966, a very good level of assessment.

Among the results, it shows that it was obtained according to the Rho Spearman statistical test applied to the variable organizational social responsibility and quality management with a correlation coefficient of  $r = 0.877$ , with a significance level of 0.000 lower than the expected level ( $p < 0.05$ ) with which the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. It can be stated that there is a significant correlation between organizational social responsibility and quality management in the hotel sector of the District of Cusco, Province of Cusco.

Keywords: Organizational social responsibility, quality management and quality influence factors in the company.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRAC .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INTRODUCCIÓN .....	xiii
<b>I. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>15</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	15
1.2. Formulación del problema .....	17
1.2.1. Problema general .....	17
1.2.2. Problemas específicos .....	17
1.3. Justificación del estudio.....	17
1.3.1. Justificación teórica .....	17
1.3.2. Justificación metodológica.....	18
1.3.3. Justificación práctica .....	18
1.3.4. Justificación Social .....	18
1.4. Objetivos de la investigación .....	19
1.4.1. Objetivo general .....	19
1.4.2. Objetivo específico .....	19
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>20</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	20
2.1.1. Antecedentes nacionales .....	20
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	23
2.2. Bases teóricas de las variables .....	27
2.2.1. Variable 01, Responsabilidad social organizacional .....	27

2.2.2. Variable 02: Gestión De Calidad .....	40
3) Factor comercial .....	48
2.3. Definiciones de términos básicos .....	53
<b>III. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>59</b>
3.1. Hipótesis de la investigación .....	59
3.1.1. Hipótesis general.....	59
3.1.2. Hipótesis específicas.....	59
3.2. Variables de estudio .....	59
3.2.1. Definición conceptual de variable .....	59
3.2.2. Definición operacional de variable.....	60
3.3. Tipo y nivel de investigación.....	60
3.3.1. Tipo de investigación.....	60
3.3.2. Nivel de investigación.....	61
3.3.3. Método hipotético deductivo: .....	62
3.4. Diseño de la investigación: .....	62
3.4.1. Diseño no experimental.....	62
3.4.2. Enfoque cuantitativo.....	62
3.4.3. Corte transversal .....	63
3.5. Población y muestra de estudio.....	64
3.5.1. Población .....	64
3.5.2. Muestra .....	64
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	65
3.6.1. Técnicas de recolección de datos .....	65
3.6.2. Instrumentos .....	65
3.6.3. Escala Likert.....	66
3.6.4. Validez .....	68
3.6.5. Análisis de Confiabilidad de instrumento .....	68
3.6.6. Validación y confiabilidad del instrumento de responsabilidad social organizacional.....	69
3.6.7. Validación y confiabilidad del instrumento de gestión de calidad ..	70
3.7. Métodos de análisis de datos .....	71
3.8. Aspectos éticos .....	71
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>73</b>

4.1. Estadística descriptiva.....	73
4.1.1. Análisis Descriptiva de la variable y dimensiones Responsabilidad social .....	73
4.1.2. Análisis descriptivo de la variable y dimensiones de Gestión de calidad .....	76
4.2. Prueba De Hipótesis.....	80
4.2.1. Prueba De Hipótesis General .....	80
4.2.4. Prueba De Hipótesis Específica .....	83
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>84</b>
5.1. Análisis de discusión de resultados .....	84
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>88</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>89</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>90</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>96</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia .....	97
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	98
Anexo 3: Instrumentos .....	100
Anexo 4: Validación de instrumento.....	104
Anexo 5: Matriz de datos. ....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Interpretación del coeficiente de correlación de Rho Spearman. ....	61
Tabla 2.	Calificación y evaluación del cuestionario de gestión de calidad .....	66
Tabla 3.	Ficha técnica de Responsabilidad Social Organizacional .....	67
Tabla 4.	Ficha técnica de gestión de calidad.....	67
Tabla 5.	Validez de juicio de expertos .....	68
Tabla 6.	Escala de Valores de Alpha de Cronbach .....	69
Tabla 7.	Resumen de procesamiento de casos de la investigación.....	69
Tabla 8.	Estadísticas de fiabilidad de alfa de Cronbach del instrumento de responsabilidad social organizacional .....	70
Tabla 9.	Resumen de procesamiento de casos de la investigación.....	70
Tabla 10.	Estadísticas de fiabilidad de alfa de Cronbach del instrumento de gestión de calidad .....	70
Tabla 11.	Análisis de la variable de Responsabilidad social organizacional .....	73
Tabla 12.	Análisis de la dimensión 1: Dimensión Interna.....	74
Tabla 13.	Análisis de la dimensión 2: Dimensión Externa .....	75
Tabla 14.	Análisis de la variable de Gestión de calidad.....	76
Tabla 15.	Análisis de la dimensión 1: Factores de calidad en la empresa .....	77
Tabla 16.	Análisis de la dimensión 2: Las necesidades del cliente.....	78
Tabla 17.	Análisis de la dimensión 3: Gestión de calidad por procesos.....	79
Tabla 18.	Relación entre responsabilidad social organizacional y gestión de calidad.....	80
Tabla 19.	Relación entre los factores de calidad en la empresa y la responsabilidad social organizacional .....	81
Tabla 20.	Relación entre las necesidades del cliente y la responsabilidad social organizacional .....	82
Tabla 21.	Relación entre la gestión de calidad por procesos y la responsabilidad social organizacional .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Responsabilidad social organizacional .....	73
Figura 2. Dimensión Interna .....	74
Figura 3. Dimensión Externa .....	75
Figura 4. Gestión de calidad.....	76
Figura 5. Factores de calidad en la empresa.....	77
Figura 6. Las necesidades del cliente.....	78
Figura 7. Gestión de calidad por procesos .....	79

## INTRODUCCIÓN

En estos últimos tiempos algunas organizaciones han dado una gran importancia a la responsabilidad social organizacional pero no solo por sus metas, sino por el compromiso que tienen con la sociedad y el medio ambiente siendo ellos quienes permiten a los consumidores y a la sociedad usar los productos que ofrecen o los servicios que brindan donde los clientes son atraídos por la gestión de calidad y el manejo adecuado de tener productos bio-degradables permite a la empresa concentrar sus productos o servicios en usar métodos alternativos de obtener ganancias y hacer autosustentable donde la gestión de empresa debe estar orientado a los valores éticos para colaboradores, gerentes, proveedores, etc. donde adopten principios de protección del medio ambiente y no perjudique la salud.

En el Cusco la responsabilidad social de las empresas hoteleras se centra más en su rentabilidad, se ha percibido que el compromiso social de parte del sector hotelero no se visibiliza en actividades de sensibilización a la comunidad con el uso de productos alternativos que cuiden el medio ambiente, donde la gestión de calidad radica en competir de manera adecuada en brindar un buena calidad de servicio, donde los consumidores poseen cada vez más información y son exigentes en satisfacerlas si la organización no aporta un valor añadido al servicio. La naturaleza de la presente tesis está dividida en siete capítulos coherentemente relacionados.

En el Capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, donde se describe la realidad problemática, se formulan las interrogantes de la investigación, justificación del estudio y los objetivos de la investigación que permitirán determinar la relación entre las variables de estudio.

En el capítulo II, se presenta el marco teórico, el análisis de los antecedentes de las investigaciones nacionales e internacionales, las bases teóricas de las variables de estudio y las definiciones conceptuales.

En el capítulo III, se presentan los métodos y materiales de la investigación: hipótesis de la investigación, variables de estudio que han permitido organizar y

planificar la operacionalización de la investigación de acuerdo a las variables de estudio, asimismo se detalla el nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra de estudio, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento, método de análisis de datos y aspectos deontológicos de la investigación.

En el capítulo IV, se presentan los principales resultados de la investigación, se describe los resultados en forma unitaria para luego contrastar cada una de las hipótesis formuladas.

En el capítulo V, se discuten los principales resultados de investigación; luego se analiza los resultados obtenidos de la teoría y de la experiencia directa, determinando los alcances de su validez.

En el Capítulo VI, se cuenta con las conclusiones donde se realiza de acuerdo a los resultados de la investigación que se realizó.

En el Capítulo VII, se cuenta con las recomendaciones donde se realizan las sugerencias para la investigación.

## **I. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN**

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

A nivel internacional en los últimos cinco años en América Latina, el problema de la responsabilidad social organizacional establece que aún no muestran interés las mismas empresas al cuidado del medio ambiente, donde solo algunas empresas de manera voluntaria son responsables socialmente mientras que otras empresas siguen contaminando el medio ambiente y sin ningún comportamiento empresarial responsable hacia la sociedad que aun consideran que es una labor filantrópica, las empresas no consideran el manejo de riesgo y no se involucran con la sociedad, solo el interés de esas empresas es tener ingresos, la responsabilidad social de momento se entiende como un tema atractivo por las empresas pero que no le dan la importancia del caso como el sector hotelero donde prefieren no realizar ningún tipo de responsabilidad social porque su objetivo primordial es obtener utilidades más que el bienestar de sus propios empleados, sociedad, protección del medio ambiente y adecuado uso de los recursos inorgánicos y orgánicos.

Como afirma la Revista Venezolana de Gerencia (2016) afirma que la responsabilidad Social Organizacional “oscila dentro de un rango formado, de un lado, por los criterios universales del comportamiento socialmente responsable y de otro lado, la normalización puntual de ese comportamiento en cada contexto. Esto es, un movimiento entre el fundamento ético y la aplicación moral (p. 495).

A nivel nacional en los últimos cinco años en el país, el problema de la gestión de calidad radica en los negocios nacionales en el sector hotelero no cuentan con preparación necesaria para las condiciones requeridas que pueda competir de manera adecuada en brindar un buena calidad de servicio en el Perú, es uno de los países con menor número de empresas certificadas con la norma internacional ISO 9001 (sistema de gestión de la calidad) donde esta norma garantiza las buenas prácticas en conseguir la satisfacción de los consumidores, donde afectan con sus practica el medio ambiente y a la sociedad por la falta de

un adecuado servicio que se brinda al consumidor. En el Perú existen empresas donde no cuentan con el ISO 9001 donde brinda orientación del sistema de gestión de calidad y gestión ambiental donde el propósito de una empresa es el compromiso y tener una mejora en el proceso estableciendo objetivos de calidad que puedan ser revisados constantemente, satisfaciendo las necesidades del cliente.

Según el Instituto Nacional de Calidad (INACAL) (2019) manifiesta que:

El 1 % de las empresas formales en el Perú poseen sistemas de gestión de calidad donde esto permite a cualquier compañía administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. En nuestro país, las certificaciones de calidad más requeridas son ISO 9000, ISO 9001 e ISO 14001. (p. 4)

En estos últimos años en el Distrito de Cusco, Provincia de Cusco, Las empresas del sector hotelero no dan importancia a la sostenibilidad y cuidado de la responsabilidad social organizacional donde no existe una adecuada gestión de calidad en los servicios que dan al consumidor existiendo pésima atención a los consumidores y sin dar importancia a la responsabilidad social organizacional, donde no cuentan con un desarrollo local de su propia organización o empresa donde desechan cantidades enormes de basura por el consumo que realizan sus consumidores donde no hace un uso adecuado en el reprocesamiento de los residuos donde la misma organización se resiste al cambio y estos residuos inorgánicos y orgánicos generan mayor cantidad de residuos que se extiende a los botaderos de la ciudad, que crea mal olor a las poblaciones cercanas y focos infecciosos de enfermedades, donde la empresa como tal no se hace responsable en orientar a los consumidores y a la sociedad y donde también se ve afectado la gestión de calidad por el deficiente manejo de la responsabilidad social organizacional.

Consideran que la responsabilidad social organizacional es una labor filantrópica, las empresas no se involucran con la sociedad, solo el interés de esas empresas es tener ingresos, la responsabilidad social de momento se entiende como un tema atractivo por las empresas, pero que no le dan la importancia del caso como es el sector hotelero de empresas internacionales,

nacionales y locales, donde la gestión de calidad de nuestro país no garantiza las buenas prácticas en conseguir la satisfacción de los consumidores, de la misma forma, afectan con sus prácticas al medio ambiente. En el Perú existen empresas donde no cuentan con el ISO 19011, asimismo, brindan orientación del sistema de gestión de calidad y gestión ambiental, también, el propósito de una empresa es el compromiso con la sociedad y tener una mejora continua permanente, estableciendo objetivos de calidad que puedan ser revisados constantemente para satisfacer las necesidades del consumidor.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

PG ¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con la gestión de calidad en el sector hotelero del distrito de Cusco – 2020?

### **1.2.2. Problemas específicos**

PE 1 ¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con los factores de calidad en la empresa del sector hotelero del distrito de Cusco - 2020?

PE 2 ¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con las necesidades del cliente del sector hotelero del distrito de Cusco - 2020?

PE 3 ¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del distrito de Cusco - 2020?

## **1.3. Justificación del estudio**

### **1.3.1. Justificación teórica**

La presente investigación pretende encontrar información de la relación existente entre la responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco, Provincia de Cusco. Con el fin de permitir su conocimiento y aplicación a la responsabilidad social organizacional

para mejorar el servicio de atención en la gestión de calidad en el cuidado del medio ambiente.

### **1.3.2. Justificación metodológica**

Para lograr los objetivos de estudio, se realiza la técnica de investigación como el cuestionario y el procesamiento de SPSS, pretendiendo conocer la responsabilidad social organizacional y la relación que existe con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco, Provincia de Cusco. Siendo los resultados de la investigación que se apoyan en técnicas de investigación aceptadas en nuestro país.

### **1.3.3. Justificación práctica**

La investigación determinara y cuantificara la responsabilidad social organizacional del sector hotelero del Distrito de Cusco, Provincia de Cusco y la relación que existe con la gestión de calidad en el sector hotelero del distrito de Cusco para brindar una atención de servicio eficiente en la cual no se contamine más el medio ambiente.

Esta investigación podría llegar a ser un antecedente para otras investigaciones en un futuro pretenden realizar, brindando otra perspectiva diferente sobre las variables.

### **1.3.4. Justificación Social**

La investigación determina que el compromiso social de parte del sector hotelero, no se visibiliza en actividades de sensibilización ni uso de productos alternativos que cuidan el medio ambiente sin involucrarse con la sociedad en realizar en mostrar compromiso en el cuidado del Accionistas, empleados, clientes, proveedores, medio ambiente.

Esta investigación podría llegar a ser un antecedente para otras investigaciones en un futuro pretenden realizar, brindando otra perspectiva diferente sobre las variables.

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

### **1.4.1. Objetivo general**

OG Determinar la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020

### **1.4.2. Objetivo específico**

OE 1 Determinar la Responsabilidad social organizacional con los factores de calidad en la empresa del sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020

OE 2 Determinar la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020

OE 3 Determinar la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes nacionales

La indagación realizada por Jurado Najarro, M. (2019) con la tesis "*Responsabilidad Social Y Su Relación Con La Imagen Corporativa De Plaza Vea, Distrito Puente Piedra, 2019*". Universidad Cesar Vallejo, Pre-Grado, lima. Tuvo como objetivo determinar la relación de la responsabilidad social con la imagen corporativa de plaza vea, distrito de puente piedra, 2019. La metodología el tipo de investigación ha sido aplicada, descriptiva, correlacional, no experimental y de corte transversal. La población fue infinita, ya que se constituyeron por todos los clientes del supermercado plaza vea del distrito de puente piedra con una muestra representativa de 100 clientes, los cuales fueron elegidos al método no probabilístico por conveniencia se consigna por el juicio del investigador, los resultados se encontraron que el Rho de Spearman una correlación 0,598 y un nivel de significancia de 0.000, en conclusión se determinó que si existe relación positiva considerable de la responsabilidad social con la imagen corporativa de plaza vea, del distrito de puente piedra, 2019.

La investigación expresada por Román Velásquez, R Y Tarazona Minaya, M (2019) con la tesis "*Responsabilidad Social Corporativa Y La Gestión Administrativa de La Empresa Mega Concreto S.A.C., Huaraz, 2018*" Universidad Cesar Vallejo, pregrado, Huaraz. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la responsabilidad social corporativa y la gestión administrativa de la empresa mega concreto S.A.C Huaraz, 2018. La metodología presenta un nivel correlacional, no experimental, la población fue la cantidad de trabajadores de la empresa y trabajó con una población censal, la población censal estuvo conformada por 50 trabajadores, los resultados entre la responsabilidad social corporativa y la gestión administrativa se evidencia que el coeficiente de correlación de Spearman es  $r = 0.751$  (analizado como una alta relación positiva) con un valor de significancia  $p = 0.000$  siendo esto menor al 1% ( $p < 0.01$ ). En conclusión, se estableció una asociación de 0.751 interpretada como relación

positiva entre el nivel de Responsabilidad Social Corporativa y la Gestión Administrativa de la empresa Mega Concreto S.A.C.

La exploración desarrollada por Cochachi Rojas, V. (2018) con la tesis "*la responsabilidad social y la gestión empresarial de la empresa saga Falabella, año 2017*" Universidad Cesar Vallejo, Posgrado Lima. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la responsabilidad social y la gestión empresarial de la empresa saga Falabella, en el distrito de Miraflores, año 2017. La metodología fue de diseño transversal, no experimental descriptivo – correlacional, la población estuvo conformada por la totalidad de colaboradores de la empresa saga Falabella S.A.C., situada en el distrito de Miraflores en el año 2017 con una cantidad de 56 varones y 44 mujeres haciendo un total de 100 trabajadores. Los resultados se obtuvieron con un coeficiente de correlación positivo y altamente significativo  $r=0.874$ , con un  $p=0.000$  ( $p<0.05$ ) con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En conclusión, se puede afirmar que existe relación positiva y altamente significativa entre la responsabilidad social y la gestión empresarial de la empresa saga Falabella, en el distrito de Miraflores, año 2017.  $\rho=0.874$ , con un  $p=0.000$  ( $p<0.05$ ).

De acuerdo con el estudio de Bazalar Rivas, O (2017) con la tesis "*Gestión De La Calidad Y La Atención Al Cliente En La Administración Pública - Unidad Ejecutora 022 - Dirección de Salud II Lima Sur 2017.*" Universidad Cesar Vallejo, Posgrado, Callao. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de la calidad y la atención al cliente en la administración pública -unidad ejecutora 022- dirección de salud Diris -Lima Sur 2017. La metodología es no experimental, correlacional, transaccional o transversal descriptivo, no experimental porque no se manipulan las variables. La población estuvo conformada por 190 atenciones del público que se efectúan en la unidad ejecutora 022- dirección de salud II Lima Sur en el 2017. Los resultados nos indica la existencia de una correlación entre las variables de estudio la gestión de la calidad y atención al cliente en la administración pública, de acuerdo a  $r = 0,739$ . Este grado de correlación indica que las variables se relacionan positivamente en un grado moderado. Así mismo, los datos del coeficiente bilateral de  $p= 0,000$  es  $\alpha< 0,05$  indicando que la relación entre las variables de

estudio es muy significativa, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna en la investigación, concluyendo que: existe relación significativa entre la gestión de la calidad y la atención al cliente en la administración pública – unidad ejecutora 022-dirección de salud II Lima Sur en el año 2017. En conclusión de acuerdo al análisis realizado por el método estadístico de rho de Spearman, y en referencia a la hipótesis general los resultados estadísticos indican que existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la atención al cliente en la administración pública, Unidad Ejecutora 022 – dirección de Salud II Lima Sur, en consecuencia se acepta la hipótesis general que indica la existencia de una correlación entre las variables de estudio gestión de la calidad y la atención al cliente en la administración pública, de acuerdo a  $r = 0,739$ . este grado de correlación indica que las variables se relacionan positivamente en un grado moderado, así mismo los datos del coeficiente bilateral de  $p=0,000$  muestran que  $p < 0,05$  indicando que la relación entre las variables de estudio es muy significativa, por tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna en la investigación.

Teniendo en cuenta a Marianella Giovanna, R (2018) con la tesis “*Gestión De Calidad Y Servicio Al Cliente En La Empresa Café Perú, Callao, 2018*” Universidad Cesar Vallejo, Pregrado, Callao. Tuvo como objetivo determinar si existe relación directa entre la gestión de calidad y el servicio al cliente de la empresa café Perú, callao, 2018. La metodología es de diseño no experimental-transversal, tipo de investigación, aplicada, nivel de investigación, descriptivo-correlacional. La población está comprendida por 90 clientes en la empresa café Perú, callao. Los resultados que obtuvo fue la correlación entre la gestión de calidad y servicio al cliente es alta o fuerte de acuerdo con el valor de 0,684. Así mismo, la significancia encontrada de 0,000 resulta menor que la significancia de trabajo fijada de 0,05, lo que lleva al rechazo de la hipótesis  $H_0$  y por consiguiente acepta de la hipótesis alterna  $H_1$ . En tal sentido, la gestión de calidad tiene una directa relación y significativamente con el servicio al cliente en la empresa café Perú, Callao, 2018. En conclusión, la correlación entre la gestión de calidad y servicio al cliente es alta o fuerte de acuerdo con el valor de 0,684. Así mismo, la significancia encontrada de 0,000 resultó menor que la significancia de trabajo fijada de 0,05, lo que lleva al rechazo de la hipótesis  $H_0$  y a la aceptación de la

hipótesis alterna h1. Por lo tanto, la gestión de calidad posee una relación directa y significativa con el servicio al cliente en la empresa café Perú, Callao, 2018.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

Otra investigación realizada por Solórzano García S. Y Lavayen Cañarte K (2017) con la tesis "*Análisis De Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Pesca Pymes Del Ecuador Zona 8.*" universidad de Guanajuato, Posgrado, Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo analizar la aplicación de las normas de responsabilidad social empresarial en las pymes del sector pesca en el ecuador. La metodología es de estudio descriptivo, no experimental, cuantitativo de la investigación. La población fue a 20 empresas que fueron encuestados del sector pesca. Los resultados que obtuvo fue el valor del coeficiente de correlación Spermán ( $\rho$ ) indica la fuerza de asociación entre las dos variables y el signo la dirección muestran una correlación de rango moderado en  $-,763^{**}$  lo cual da un valor significativo para la propuesta en definir el concepto de Rse, con una correlación de  $0,820^{**}$  lo cual da un valor significativo para la propuesta a plantear en la que las pymes requieren identificar factores de impacto sobre programas de Rse para lograr que sean mayor competitivas en comparación con las empresas grandes. En conclusión, las ventajas que genera la Rse en las pymes mejora la imagen corporativa, ya que esto es beneficioso en la productividad y en lo interno fomenta una cultura corporativa definida y en lo externo permite el acceso a nuevos segmentos de mercado en la empresa en las pymes del sector de pesca tienen mayor posibilidad de acercamiento con sus clientes permitiendo conocer mejor sus necesidades, preferencias para ofrecer una atención personalizada donde existe mayor compromiso de los trabajadores aumenta la productividad con un trato personal dando mayor motivación a los empleados.

Otras indagaciones ejecutadas por Abdiel Oro, R (2017) con la tesis "*Responsabilidad Social Universitaria Y su impacto en el desempeño económico de las Universidades Adventistas De México*" Universidad de Montemorelos, Posgrado, Montemorelos, México. Tuvo como objetivo identificar si existe correlación entre la variable Rsu y desempeño económico. La metodología de investigación que se realizó responde a un diseño cuantitativo, descriptivo,

transversal, comparativo y correlacional. La población de esta investigación la conformaron todos los administrativos, docentes y personal de apoyo que laboran en las universidades adventistas de México en el curso 2015-2016. En total, el número de personas a ser investigadas fueron de 101, en las cuales se ha utilizado un instrumento con 45 ítems para medir las variables Rsu y desempeño económico. Al analizar el Alpha de Cron Bach aplicado al instrumento, este tuvo como resultado .938 para Rsu y .877 para desempeño económico; al unificarlo, tuvo como efecto .936, determinando un alto nivel de confiabilidad para su implementación. En el proceso estadístico, se utilizó la prueba de normalidad de kolmogorovsmirnov y shapiro-wilks, la prueba t para muestras independientes y el análisis de varianza de un factor en el Spss 21. La población de esta investigación la conformaron todos los administrativos, docentes y el personal de apoyo que laboran en las universidades adventistas de México, en el curso 2015 - 2016. Para este estudio, se llevó a cabo un muestreo no probabilístico, utilizando como procedimiento el muestreo por conveniencia. Los resultados para verificar la hipótesis nula principal, se utilizó el coeficiente de correlación r de Pearson entre las variables grado de Rsu y nivel de desempeño económico. Se encontró una relación lineal positiva moderada entre las variables objeto de estudio; al analizar la prueba estadística, mostró un valor de r de 0.407 y un nivel de significancia p de 0.000. En conclusión, con el apoyo de las técnicas estadísticas y para la muestra considerada, se logró determinar que la variable Rsu tiene una relación positiva moderada en el desempeño económico de las universidades adventistas de México, según la percepción del personal administrativo, docente y de apoyo.

Desde la posición de Rodríguez Meraz, v. (2016) con la tesis "*Influencia de la responsabilidad social empresarial sobre la lealtad de los clientes intermediarios de Colpac en el estado de Nuevo León*" Universidad de Montemorelos, posgrado, Montemorelos, Nuevo León, México. Tuvo como objetivo evaluar las variables de responsabilidad social empresarial y lealtad, junto con sus dimensiones. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, explicativa, correlacional y transversal. La población utilizada para el presente estudio es de 42 clientes intermediarios de productos finales de alimentos Colpac pertenecientes al estado de nuevo león. La población de investigación está conformada por 42 clientes intermediarios situados en el estado de nuevo león,

México, durante el año 2016 (datos proporcionados por el encargado de ventas de alimentos colpac). En los resultados se observó que existe una relación lineal positiva y significativa entre la variable responsabilidad social empresarial (Rse) y la variable lealtad (l). Al correr la prueba estadística, se encontró que la variable responsabilidad social empresarial explicó el 66.9% de la varianza de la variable dependiente lealtad, se obtuvo un valor f de 73.658 y un nivel de significación p de .000. Utilizando el método de mínimos cuadrados, se realizó la siguiente ecuación de regresión:  $lealtad = -5.466 + 0.976 (Rse)$ , la cual permite concluir que, cuanto mayor sea la Rse, mayor será el nivel de lealtad. En conclusión, se puede afirmar que, entre mayor sea el grado de responsabilidad social empresarial percibido por los clientes, mayor va a ser el nivel de lealtad de los mismos. León (2008) afirma que existe una relación directa entre la percepción que tienen los clientes sobre la empresa y su comportamiento de compra y decisión, los cuales a su vez presentan mayor atención al comportamiento de la empresa en relación con las prácticas de responsabilidad social empresarial.

Como lo hace notar Álvarez Izquierdo, L (2020) con la tesis "*Gestión de la calidad en la consulta externa y su relación con la satisfacción del usuario externo en el hospital General Guasmo Sur.*" Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, posgrado, Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo determinar la gestión de calidad en consulta externa y su relación con la satisfacción al usuario externo en el HGGS para el diseño de un plan de mejora. La metodología de investigación fue de un método deductivo de estudio correlacional con diseño no experimental. La población de estudio estuvo conformada por los 1 560 usuarios externos con edad entre 18 y 65 años que se atienden en promedio de forma mensual con una población finita. En los resultados se observó que, a través de las correlaciones de las dimensiones, se pudo observar que las cinco dimensiones de la gestión de procesos de calidad se correlacionan positiva y significativamente con la satisfacción; siendo la de empatía la que mayor relación tuvo. Se comprueba la hipótesis del presente trabajo de investigación; donde se valida que la gestión de calidad en consulta externa se relaciona significativamente y de manera positiva con la satisfacción al usuario externo en el HGGS; puesto que se reflejó un coeficiente de correlación de Pearson de 0.795. En conclusión, la gestión de calidad se ha definido como un conjunto de

herramientas y acciones orientadas a erradicar fallas y errores en los procedimientos derivados de un servicio, la gestión de calidad se ha establecido como una estrategia que permite impulsar la competitividad organizacional de una institución de salud influyendo de forma directa en la calidad del servicio.

Desde el punto de vista de Berdugo Romero, A. Y Payares Jiménez, K. (2017) con la tesis "*Endomarketing Y La Calidad De Servicio Interno En Las Pequeñas Y Medianas Empresas Del Sector Salud De Barranquilla*" universidad de la costa, posgrado, barranquilla, Colombia. Tuvo como objetivo analizar la relación del Endomarketing y la calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud en barranquilla. La metodología del presente estudio fue de tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal. La población está conformada por pequeñas y medianas empresas del sector salud de barranquilla, donde se determinó las dieciocho 18 pequeñas y medianas empresas del sector salud de barranquilla en la donde solo dieciséis empresas tuvieron la intención de participar. En el resultado expresa una correlación positiva débil entre los indicadores para la dimensión calidad de servicio interno y las acciones ejecutadas sobre el elemento plaza en las pequeñas y medianas empresas del sector salud de barranquilla, en razón que el coeficiente de Pearson emitió relaciones inferiores a 0,5, es decir que el grado de relación establecida por los resultados no es significativa. En conclusión, se observa cómo fortaleza que los empleados de las pequeñas y medianas empresas del sector salud de barranquilla donde las habilidades evidenciadas para generar confianza y credibilidad en sus empleados y un suministro adecuado de equipos e instalaciones en las cuales se percibe satisfacción en el cliente interno, sin embargo es importante resaltar que en lo concerniente a la rapidez y el interés en resolver los inconvenientes que se puedan presentar hace necesario optimizar las acciones implementadas en la actualidad.

## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **2.2.1. Variable 01, Responsabilidad social organizacional**

#### **2.2.1.1. Definiciones**

Como lo hace notar Garcia y Soto (2019) manifiesta que: “es un concepto muy ligado a la ética, que puede definirse como aquel saber que orienta nuestra conducta de una forma justa y/o moral”. (p. 2)

En la opinión de González (2010) sostiene que: “la responsabilidad de una empresa ante los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de su actividad. Un sistema de gestión que considera las expectativas de los grupos de interés relacionados con la empresa, a través de un comportamiento transparente y ético”. (p. 16)

Como afirma El Centro Mexicano para la Filantropía (2016) define que: “un compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, valores éticos, comunidad y medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común”. (p. 3)

A juicio de Romero (2015) describe que: “la responsabilidad social empresarial es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona, stakeholders o grupo de interés”. (p. 16)

Desde el punto de vista de Ramos (2012) revela que: “se define en estas páginas como el compromiso de una organización de hacerse cargo de los impactos que sus decisiones y actividades tienen en la sociedad y el medio ambiente”. (p. 22)

### **2.2.1.2. El papel de las instituciones en materia de Responsabilidad Social Organizacional**

Desde el punto de vista de Garcia y Soto (2019) define que:

La responsabilidad social organizacional es una materia propia de la voluntariedad y son las propias organizaciones las que pueden y deben establecer prácticas socialmente responsables son muchas las instituciones que a través de un impulso normativo participan en la implantación de la responsabilidad social organizacional en el contexto nacional e internacional. la empresa u organización que pretenda ser socialmente responsable debe actuar en consecuencia dentro de su actividad, y no solo la empresa sino también a las personas que se encuentran dentro de su esfera interna: desde su estructura organizativa hasta el último trabajador. Pero para conocer cuál es la visión de la empresa u organización, las personas que en ella trabajan necesitan unas pautas a seguir, una guía que marque cuál es el comportamiento socialmente responsable. Para la gestión de la responsabilidad social organizacional dentro de las organizaciones se elabora dos instrumentos fundamentales que son las memorias de responsabilidad social y los códigos de conducta, cuyo contenido desarrollaremos a lo largo del presente tema. Se trata de un verdadero sistema de gestión, que pueden definirse como herramientas para identificar, controlar y mejorar los impactos económicos, sociales y medio ambientales significativos de las operaciones de una empresa sobre su stakeholder. Accionistas, empleados, clientes, proveedores, medio ambiente. (p. 12)

### **2.2.1.3. Códigos de conducta**

Como lo hace notar Garcia y Soto (2019) manifestaron que:

Para el desarrollo de una política socialmente responsable, las empresas necesitan instrumento que les permitan aplicar en la práctica los sistemas de responsabilidad social. Estas herramientas deben además permitir la difusión de las actuaciones tanto a las personas que se encuentran dentro de un contexto de la empresa como a los grupos de interés que se

encuentran fuera de la misma. Implementar un sistema de gestión de este tipo tiene efectos beneficiosos hacia el interior de la empresa u organización: mayor confianza entre los trabajadores y los miembros directivos de la empresa, ya que participan todos de unas normas comunes que deben cumplir todos por igual, mejora de la comunicación interna de la organización, pues todos saben con claridad el conjunto políticas, objetivos, programas, capacitación, control, monitoreo y revisión, y lo conocen con anterioridad a su puesta en práctica, en un único documento se recogen las pautas a seguir para la mejora de la responsabilidad social organizacional por lo que la información es clara y transparente y de nuevo igual para todos. (pp. 42-44)

#### **2.2.1.4. Memorias de responsabilidad social**

Citando a Garcia y Soto (2019) sostiene que:

La memoria de responsabilidad social es un documento público que pueden conocer todos los grupos de interés en el que se establecen los criterios compromisos y actividades de una organización en el ámbito de la responsabilidad social organizacional en su triple dimensión económica, financiera social y medioambiental. La finalidad de la memoria es plasmar y sintetizar todas las actividades realizadas por la empresa u organización y que tienen una repercusión social o medioambiental además de económica. El Global reporting initiative GRI, es la institución más seguida en el establecimiento de parámetros para estandarizar memorias de sostenibilidad y es la referencia para la mayor parte de organizaciones que quieren implantar sistemas de responsabilidad social organizacional. A través de la memoria se puede conocer si la empresa organización de qué se trata ha cumplido con los estándares GRI, qué son pautas, objetivos en materia de responsabilidad social organizacional. Por esta razón es importante que las empresas muestran a los ciudadanos sus resultados en materia de responsabilidad organizacional más allá de los resultados puramente económicos. Las memorias o informes sobre responsabilidad social empresarial que las organizaciones realizan no son mero informe más sino una forma de dar a conocer a la sociedad sus actuaciones y su

compromiso con determinados principios y con una forma de organizarse y distinguirse más sostenible y preocupada por sus grupos de interés. (pp. 45-48)

#### ***2.2.1.5. Control de la responsabilidad social organizacional en la empresa u organización***

Empleando las palabras de Garcia y Soto (2019) proponen que:

Para la efectiva consecuencia de los objetivos marcados por la empresa organización en materia de responsabilidad social organizacional es indispensable que con posterioridad a la implantación del código de conducta se controle si las directrices establecidas en el mismo se han cumplido. Este control se lleva a cabo tanto en la esfera interno de la organización como desde el exterior, siendo en este último caso todavía más objetiva la medición de esta forma además del impacto económico de la empresa se puede conocer con base en criterios objetivos, cuál es su impacto social y medioambiental. La finalidad de los sistemas de medición es servir de guía para alcanzar eficazmente los objetivos planteados en un sistema utilizando los recursos disponibles. Algunas empresas incorporan en sus códigos de conducta sistemas de auditoría interna de responsabilidad social organizacional, a través de la implantación de un comité ético, para la posible denuncia de irregularidades o falta de cumplimiento del código en el ámbito interno. (p. 52)

#### ***2.2.1.5. Otras teorías***

##### ***2.2.1.5.1. Una posible taxonomía de la Responsabilidad Social Organizacional***

Desde el punto de vista de Telmo Y Dominguez (2017) declara que:

Por la cantidad de términos y acepciones que tiene la responsabilidad social como concepto y tomar decisiones al cumplimiento de sus objetivos en esta materia hace una jerarquización desde los niveles más básicos hasta los más amplios que constituye una propuesta para seguir desarrollando en el futuro hasta emplear un modelo útil para el diagnóstico

y la medición, se reconoce tres niveles de organización: categoría 1: pre RSO (introducción a la responsabilidad social organizacional) en este nivel la organización aún no tiene definidas estrategias y acciones globales que pudieran permitirle la categorización de responsable socialmente. Categoría 2: RSO convencional o básica, se encuentra el plan de responsabilidad social que integra las dimensiones de las organizaciones que comienzan a preocuparse por adoptar y comunicar prácticas internas y sistemáticas de responsabilidad social para tres dimensiones claramente identificadas: económica, ambiental y social. categoría 3: RSO plena (modelo integral de responsabilidad social que involucra la razón de ser de la organización con el desarrollo y el mejoramiento social donde está integrado los negocios sociales y los emprendimientos espirituales que procuran general valor compartido a partir de una nueva concepción de negocios en lo que considera que la obtención del lucro y el bienestar de la sociedad, se concentran en producir, bienes, servicios y buscan métodos alternativos de obtener ganancias, hacer autosustentable y resolver problemas sociales. (pp. 30-32)

#### *2.2.1.5.2. Comportamientos esperados de una pymes socialmente responsable*

Como señala Telmo Y Dominguez (2017) (citado por Telmo y Dominguez, 2017) recomienda que:

Las empresas que respondan por el impacto de sus acciones en el ámbito social, económico y medioambiental, serán caracterizadas como empresas socialmente responsables con decisión se debe atravesar la visión, misión, estrategia y objetivos de la empresa. La gestión de la empresa debe orientarse: las empresas deben fijar un conjunto de valores, objetivos sociales y medioambientales que se materialicen en códigos de conducta o principios: cómo comenzar la declaración de visión, misión de la empresa y tareas diarias que se ajusta a las descripciones de trabajo de la empresa debe articular valores éticos para empleados, gerentes tomar decisiones, resolver conflictos, medio ambiente con el objetivo de reducir el uso de

recursos como los desperdicios debe adoptar principios de protección del medio ambiente y establecer políticas ecológicas de compras, ambiente de trabajo y publicación de guía de comportamiento y participación, comunidad propone facilitar tiempo para que los empleados, clientes y proveedores que participen en trabajos voluntarios y ofrecer apoyo financiero, mercado se debe ofrecer información específica de productos de empresa y no perjudique la salud y el medio ambiente durante todo su ciclo de vida, derechos humanos. (pp.88 - 93)

#### *2.2.1.5.3. La empresa responsable*

Como afirma Vives y peinado (2011) agregan que:

La responsabilidad de la empresa es ser rentable, sin rentabilidad no hay inversión, sin inversión no hay empleo, no hay consumo, hay que producir bienes y servicios que la sociedad demanda, esos bienes y servicios deben ser responsables que cumplan su función que satisfagan las necesidades de la sociedad y no sólo de las empresas, hagan lo que dicen que hacen, que no produzcan daño a las personas y al medio ambiente, que sean producidos con prácticas responsables con los trabajadores, con insumos no dañinos, etc. responsabilidad no es tener más clientes y venderles más productos, venderles los que le son útiles y necesarios y pagar precios justos por los insumos, asegura que su producción sea lo más responsable posible, en condiciones laborales saludables, con respeto al medio ambiente, de ser posible contribuye al desarrollo local con la creación de micro y pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad. Responsabilidad no es pagar impuestos, es pagar todos los que corresponden, sin evasión, sin corrupción. Es una actitud una manera de hacer negocios tomando en cuenta los impactos de las actividades sobre la sociedad y el planeta en el corto, largo plazo, mitigando los negativos y reforzando los positivos. (pp. 57-58)

#### *2.2.1.5.4. Hasta dónde llega la responsabilidad de la empresa*

Como plantea Vives y peinado (2011) consideran que:

El entorno que rodea, qué le afecta directamente e indirectamente, también tiene el potencial de afectarla, aunque muchas veces es ignorado dando la limitada capacidad de atención a todos los problemas. Sin embargo, especialmente en países en vías de desarrollo este entorno no puede ser ignorado. Constituye el mercado actual o futuro de la empresa. Ciertamente incluye la ética que es la base, pero también incluyen cumplir con las leyes y regulaciones (algunas de las cuales pueden o no parecer éticas). en países en vía de desarrollo las regulaciones y las instituciones de seguimiento y control deja mucho que desear, aparte de las deficiencias de las mismas responsabilidades de los gobiernos en proporcionar los servicios que necesitan los ciudadanos, la empresa responsable de una empresa vulgar es precisamente que reconoce las deficiencias en el papel que cumple el estado en regulaciones e instituciones y en las necesidades de la sociedad y sabe que le conviene ir más allá: 1. puede ser conveniente para el negocio como ventaja competitiva, 2. porque no hacerlo podría estimular al gobierno y la sociedad civil a regular más y más el negocio lo cual puede ser contraproducente para ambas partes. (pp. 58-60)

#### *2.2.1.5.5. La semántica meta económica de la responsabilidad social y la sostenibilidad*

Tal como Cueto (2014) indicó que:

Conjunto de valores y principios que motivan sus acciones de sostenibilidad; el sustantivo “responsabilidad” capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente. El adjetivo “social - corporativo” la responsabilidad siempre sería social, cualquier persona es responsable de sus actos y omisiones de forma genérica ante la sociedad. La semántica del término “sostenibilidad” sería la cualidad de aquello que puede desarrollarse, atendiendo a las necesidades del presente sin comprometer

las necesidades de las generaciones futuras, la sostenibilidad del ámbito ecológico. La visión meta económica de la responsabilidad social y la sostenibilidad para reconocer que condiciona de forma permanente tanto agentes privados, públicos en la medida en que sus actividades deben satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias, la legítima exigencia de la sociedad del sector público lleve a cabo una gestión responsable requiere de su actuación sea respetuosa con el espíritu de la ley, costumbres, principios, valores sociales y éticos con el entorno socio económico y medioambiental y la herencia cultural y política. (pp.15 -22)

#### *2.2.1.5.6. El desarrollo de las estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social*

Como lo hace notar Cueto (2014) menciona que:

La administración local de forma compartida con otras instituciones puede contribuir a generar un entorno favorable para la sostenibilidad y la RSC y su gestión por las empresas y otras organizaciones. Se han impulsado iniciativas sobre la responsabilidad social que se ajustan al modelo mediterráneo caracterizado por el recurso a la regulación, el acuerdo social y las estrategias. La regulación de materias relacionadas y el desarrollo de la ley de responsabilidad medioambiental, ley para el desarrollo sostenible rural, ley de economía sostenible: El ágora central es el foro de expertos en RSE creado por ministerio de trabajo y asuntos sociales. Estrategias sobre sostenibilidad y RSC integrando una serie de principios de acción para alcanzar el desarrollo sostenible en el ámbito internacional que insta a las administraciones locales a crear un plan de acción específico para la sostenibilidad tomando como base los objetivos generales de su propia agenda local. Otras iniciativas locales sobre RSC en España han surgido para fomentar la sostenibilidad y la RSC a nivel autonómico y local con las redes de municipios y territorios con buenas prácticas y análisis comparado, las redes sostenibles urbanas, local y estrategias de sostenibilidad que impulsan la dimensión interna. (pp. 85-89)

#### *2.2.1.5.7. Es rentable y económicamente sostenible ser socialmente responsable*

Con base en Saavedra (2010) destaca que:

Numerosos estudios avalan que la RSE no tiene por qué estar reñida con la rentabilidad, sino todo lo contrario, ya que gestionar de forma más responsable la empresa, sus recursos y los riesgos a los que se enfrenta es sinónimo de excelencia y, por tanto, de mejor percepción por parte de los mercados financieros y clientes. Como hemos podido comprobar a lo largo de este capítulo, la RSE bien entendida es una cuestión de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los inversores, consumidores y otros grupos de interés, mediante el aprovechamiento de oportunidades de negocio y gestión integral de riesgos vinculados al nuevo entorno, económico, social y medioambiental. Desde esa perspectiva, es una oportunidad para la generación de nuevos ingresos a través de la innovación, la diferenciación o el diseño y distribución de productos nuevos clientes. La gestión medioambiental reduce costes y una gestión responsable de los recursos humanos mejora su productividad y permite anticiparse a nuevas regulaciones o dañen la imagen de la empresa. (pp. 55-57)

#### *2.2.1.5.8. Ante quiénes es responsable la empresa*

Como expresa Saavedra (2010) da a conocer que:

La base teórica de los stakeholders arranca de la creencia en el reparto del poder en las organizaciones y en el reconocimiento del papel desempeñado por cada uno de los grupos que las conforman desde una perspectiva interna, externa. Los propietarios, directivos y empleados, los clientes, los proveedores, los competidores, la comunidad local, nacional y internacional con sus distintos colectivos y grupos de interés, Los stakeholders pueden ser clasificados en dos grupos, los primarios y los secundarios. Los primarios (accionistas, prestamistas) son aquéllos con derechos directos y legalmente establecidos. Los secundarios (empleados,

el medio ambiente, etc.) se refieren a aquéllos cuyos derechos sobre los recursos de la empresa están peor establecidos en la ley o se basan en criterios, como la lealtad a la comunidad o las obligaciones éticas donde se debe identificar y organizar el gran número de obligaciones que las empresas tienen hacia los diversos grupos. (pp. 37-38)

#### **2.2.1.6. Dimensiones**

### **Dimensión 01: dimensión interna de la Responsabilidad Social Organizacional**

Tal como Garcia y Soto (2019) manifestó que:

En la esfera interna, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad y la gestión del cambio. Dentro de este ámbito adquieren además relevancia los accionistas que forman otro grupo de intereses ya que han realizado una inversión en la empresa en cuestión. Pese a que los accionistas pueden ser en algunos casos inversores externos que no participan directamente en el proceso de toma de decisiones de la empresa se les ha considerado grupo de intereses interno pues representan a la propiedad de la organización y elemento esencia de la misma. Como establece el libro verde de la comisión europea “dentro de la empresa, las practicas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad y la gestión del cambio mientras que las practicas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción y el aumento de la competitividad”. La RSO está vinculada al aspecto humano y relacional dentro de la organización a través de la participación de las personas que vinculan a esta forma más permanente: sus trabajadores y sus accionistas. (p. 23)

## **Indicadores**

### **1) Los trabajadores**

A juicio de Garcia y Soto (2019) sostienen que:

Los trabajadores por lo tanto son por lo general un grupo de interés al que deben orientarse muchos de los compromisos o prácticas de una organización si la misma pretende ser socialmente responsable y sus políticas de gestión empresarial deben entrar dentro de estos parámetros. Desde el punto de vista de los trabajadores, la empresa socialmente responsable no es aquella que limita a cumplir solamente con los derechos laborales internacionales sancionados o integrados en las normativas laborales nacionales, sino que se esfuerza por ir más allá. La RSO en este ámbito se caracteriza por el respeto a la condición de persona de sus trabajadores y establece una relación ética y responsable con sus intereses e instituciones que los representan. La responsabilidad social coadyuva al desarrollo profesional y personal de sus trabajadores a posibilitar su acceso a la información y decisiones que los involucran directamente y a mejorar las condiciones de trabajo físicas como contractuales y no solo porque cualquier norma nacional o internacional así lo establezca sino la convicción de sus gestores. (p. 23)

### **2) Los accionistas**

Tal como Garcia y Soto (2019) plantea que:

El valor de la RSO para los accionistas se caracteriza la seguridad que otorga una empresa en equilibrio y con una sólida alineación entre intereses de los stakeholders. Del mismo modo aporta una mayor certidumbre sobre el mantenimiento de beneficios a largo plazo y la consiguiente creación de valor. Estas prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio como un todo. Para los posibles inversores y accionistas este extremo es muy importante ya que prefieren negocios sostenibles que les otorguen beneficios a largo plazo.

Las inversiones socialmente responsables es la incorporación de criterios éticos, sociales y ambientales al proceso de toma de decisiones de inversión de modo complementario a los tradicionales criterios financieros de liquidez, rentabilidad y riesgo. (p. 27)

## **Dimensión 02: dimensión externa de la Responsabilidad Social Organizacional**

Citando a Garcia y Soto (2019) refiere que:

En su dimensión externa la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye a los socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONGs defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. Puede ocurrir que una empresa tenga una actitud y una política socialmente responsable con sus trabajadores el director, pero no con sus proveedores, incluso existen casos en los que una determinada empresa actúa de manera responsable, realiza contratos o subcontrato con otras empresas u organizaciones que no pueden considerarse como empresas socialmente responsables o que incluso actúan fuera de la legalidad. La legislación de los países puede diferir mucho (en materia de derechos de los trabajadores, de condiciones laborales, salud y seguridad, medio ambiental) lo que puede provocar que lo que es legal en otro país, no lo sea en otro. (p.32)

### **Indicadores**

#### **1) Clientes, consumidores y usuarios**

Desde la posición de Garcia y Soto (2019) mencionan que:

Las empresas como los propios consumidores y usuarios han relacionado la satisfacción de estos últimos, únicamente con la calidad del producto o servicio adquirido. En los últimos años la RSO la satisfacción de los clientes ha comenzado a circunscribirse a otras características de los productos y servicios e incluso de la actuación de la empresa u organización. En la actualidad los clientes no solo optan por productos o servicios que satisfagan sus necesidades o que tengan un precio bajo, sino que tienen en cuenta otro tipo de parámetro. Es cierto en muchas

ocasiones el precio o la relación calidad – precio del producto es lo que más prima en los clientes, pero también el servicio de posventa o la fiabilidad que la marca les pueda generar. (pp. 33-34)

## **2) Proveedores**

Con base en Garcia y Soto (2019) describen que:

Los proveedores representan un importante eslabón en la cadena de valor de una empresa. En la materia de derechos humanos y prácticas laborales las actividades de los proveedores pueden tener un alto impacto en la responsabilidad social de la organización, ya que una organización social no es responsable directa de posibles abusos de los derechos humanos por parte de los proveedores puede llegar a considerarse como cómplice de los mismos, por lo cual la organización debería tomar todas las medidas necesarias para que estas situaciones no se produzcan. (pp. 34-35)

## **3) Comunidad local**

Como afirma Garcia y Soto (2019) argumentan que:

La RSO abarca también la integración de las empresas en su entorno local, así como a nivel estatal europeo o mundial. En el mundo actual caracterizado por las nuevas tecnologías y las redes sociales que permiten conocer al instante cualquier circunstancia producida en cualquier parte del mundo, el comportamiento de las empresas y organizaciones puede tener consecuencias no solo en el contexto más cercano a la organización sino también a escala global, por lo que es importante que las empresas sean responsables para la comunidad realizando actividades que tengan como objetivo servir a la sociedad con productos en condiciones justas. (pp. 36-37)

## **4) Medio ambiente**

Como señala Garcia y Soto (2019) propone que:

Dentro de la RSO en medio ambiente ha sido uno de los ejes fundamentales. La organización sostenible es aquella que produce bienes o servicios en el presente sin comprometer el mundo futuro. Las empresas

pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación de aire, de suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por lo tanto, para que una empresa u organización sea responsable desde un punto de vista medioambiental debe incorporar un modelo de gestión medio ambiental con una serie de indicadores de medición que vayan controlándose anualmente. (pp. 37-38)

## **2.2.2. Variable 02: Gestión De Calidad**

### **2.2.2.1. Definiciones**

De acuerdo con Alcalde (2019) plantea que la gestión de calidad total: “Es una filosofía, una estrategia, un modelo de gestión empresarial y está enfocado hacia el cliente, sin perder de vista a todos los elementos que rodean a la organización”. (p. 184)

Siguiendo la misma línea de Orera (2016) manifestó que: “La Gestión de calidad total es la realización de procesos para la satisfacción de las necesidades del cliente que evolucionan y cambian con el tiempo”. (p. 39)

De acuerdo con Sanchez (2018) sostuvo que la gestión de calidad total: “es un conjunto de estructura de organización de responsabilidades, procedimientos, de procesos y de recursos que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad”. (p. 18)

En la opinion de Prieto y La Hoz Reyes (2017) deduce que: “Abarca a todas las actividades y a todas las realizaciones de la empresa, poniendo especial énfasis en el cliente interno y en la mejora continua”. (p. 304)

Como plantea Cadena (2018) sostiene que: “Una forma de gestionar una organización enfocada en la calidad total es implantando un Sistema de gestión de la calidad, de acuerdo a algún modelo genérico o uno especio, y desarrollado según las características propias de la organización”. (p. 304)

#### **2.2.2.2. El cliente y la calidad**

A juicio de Alcalde (2019) postula que:

Es un sistema de producción y distribución el cliente es el elemento clave. Los productos y servicios deben satisfacer las necesidades del cliente, ya que de ello depende la supervivencia de las organizaciones empresariales. El departamento de marketing es averiguar Cuáles son las necesidades de los clientes. Una vez detectadas estas necesidades, el equipo de diseño y desarrollo se encarga de diseñar el producto de acuerdo con las especificaciones y características requeridas. Unos datos se planifican y diseñan los procesos de producción, Cómo pueden ser máquinas, herramientas ya utilizadas, así como los procedimientos más adecuados para la ejecución de los procesos. (pp. 10-11)

#### **2.2.2.3. Características y requisitos de la calidad**

Como afirma Alcalde (2019) analiza que:

Cuando se diseñan y se desarrollan los productos o servicios Se les asigna una serie de funciones o características que hacen que sea útil para cubrir las necesidades de los usuarios. Esas características suelen ser de tipo técnico cuando nos referimos exclusivamente a productos y de carácter humano cuando es un servicio. Aunque hoy en día, no se entiende la entrega de un producto sin el valor añadido de un buen servicio. Los requisitos del producto se refieren a cómo tienen que ser las características, el color exacto, las medidas, los tiempos de entrega, etc. Los requisitos que demandan los clientes para su satisfacción también existe una serie de requisitos de tipo obligatorio que deben cumplir los productos como los que se refieren a su seguridad, cumplimiento de normativa legal y aptitud para el uso el que fueron diseñados. (pp. 11-12)

#### **2.2.2.4. La calidad como estrategia competitiva**

Tal como Alcalde (2019) propone que:

Hoy en día existe una gran atención en todo lo que se refiere a la calidad y su implantación en las organizaciones empresariales. La fuerte

competitividad entre las empresas aparece debido a la globalización y liberalización de las economías, a la libre competencia y a los rápidos cambios de las tecnologías. Los consumidores poseen cada vez más información y se vuelven más y más exigentes. Se podría decir que la competitividad de una organización es la capacidad para mantener y aumentar su presencia en el mercado, obteniendo a su vez una buena cuenta de resultados. El producto bien acabado y el servicio bien prestado por las empresas son una buena estrategia para que éstas puedan seguir funcionando ya que constantemente surgen nuevos competidores en el mercado. La forma de ser más competitivos consiste en identificar y satisfacer las necesidades de los clientes al menos coste posible. Para conseguirlo es necesario suprimir todos aquellos procesos y trabajos que no aporten valor añadido al producto o servicio. (pp. 20-21)

#### ***2.2.2.5. Fundamentos de la calidad en la empresa***

Según Alcalde (2019) señala que:

Los sistemas de la calidad en la empresa se basan como mínimo en seis principios: orientado al cliente dónde la supervivencia de una empresa se basa en sus clientes, compromiso de toda la organización ejerce la participación de todas las personas a todos los niveles serán de vital importancia, prevenir los errores que se produzcan asegurando que los factores de producción sean correctos y nos ahorre trabajo, el control de calidad que utiliza técnicas estadísticas para medir comparar los resultados con los objetivos propuestos y actuar en el caso de que se aprecian diferencias con el fin de reducir las y eliminarlas, aseguramiento de la calidad para tomar acciones planificadas quedan la confianza adecuada para que un producto o servicio cumpla determinados requisitos de calidad, mejora continua e innovación es la creación de un sistema organizado para conseguir cambios continuos en todas las actividades de la empresa que den lugar a un aumento de la calidad total de ésta, innovación, mejora continua. (pp. 24-30)

### **2.2.2.6. Otras teorías**

#### *2.2.2.6.1. Características determinantes de la calidad y su gestión*

Tal como Cuatrecasas (2017) sugiere que:

La gestión de la calidad, que deben establecerse como características del sistema de calidad, pautas de actuación u objetivos a alcanzar: establecimiento de la calidad y su nivel y se debe tratar de comprender y determinar los criterios y valoraciones que tiene el cliente, saber escucharle en todo momento y actuar en consecuencia. La información y educación llevan asociado otro concepto importante: la motivación. el liderazgo activo de la dirección aporta la efectiva gestión de la calidad y debe contar con todo el apoyo y liderazgo de la alta dirección, la ventaja competitiva en la calidad en todos sus productos, procesos y servicios, para el crecimiento de la empresa, los recursos humanos representan un papel esencial en el desarrollo y obtención de los objetivos de calidad, los proveedores se debe tener un compromiso de calidad y la ética de la calidad enumeran a continuación: hacerlo bien desde el principio, prevenir la aparición de los fallos, apreciar y resaltar el aspecto positivo, hay que evitar buscar culpables y dedicarse a que no vuelvan a ocurrir tales defectos, la calidad persigue la satisfacción plena de los consumidores. (pp. 33-35)

#### *2.2.2.6.2. Los cuatro pilares de la Calidad total*

Como señala Cuatrecasas (2017) destaca que:

la gestión de la calidad total está basado fundamentalmente en una adecuada organización y la correcta gestión de los recursos materiales y humanos que la integran, la base de la gestión de la calidad total: ajustarse a los requerimientos del consumidor de forma que toda la actividad de la organización esté orientada a satisfacer al cliente, eliminación total de los despilfarros que asegure realizar los procesos con el mínimo de actividades y consumo de recursos en general, con lo cual el coste y el tiempo de entrega también serán mínimos, mejora continua que permita que la

organización, los procesos y el consumo de recursos mejoren continuamente y la calidad obtenida aumente constantemente, participación total de todas las personas que integran la organización como único camino para que los tres pilares anteriores alcancen sus objetivos de forma óptima, la mayor o menor implantación de estos cuatro pilares se verá favorecida por una adecuada estructura organizativa; actualmente las estructuras planas enfocadas a los procesos son las que permiten un resultado óptimo. (p. 36)

#### *2.2.2.6.3. Enfoques de la gestión total de la calidad*

Desde el punto de vista de Valls et. al (2017) enfatiza que:

En el entorno empresarial, caracterizadas Por la alta volatilidad de los mercados, la sobre oferta, el impacto de la nueva tecnología, la globalización y la existencia de un cliente informado, conocedor y exigente; las empresas y organizaciones deben ser gestionadas como sistemas abiertos al entorno y desarrollar tres enfoques en su gestión enfoque externo (Clientes externos, suministradores, competidores y organismos reguladores todos ellos pueden decidir la subsistencia de la empresa en el mercado) las empresas pueden gestionar la satisfacción y fidelización de sus clientes pero no pueden obligar a los clientes que compran sus productos, ellos eligen, según la oferta existente. La competencia se mantiene activa hay que estudiarla, mejorar para vender. (pp. 62-63)

#### *2.2.2.6.4. La gestión de la calidad*

Como plantea Valls et. al (2017) menciona que:

la creación de otras específicas de la gestión del servicio: calidad percibida un elemento decisivo en este proceso evolutivo donde el cliente es quién decide que comprar y a quién comprar, calidad del servicio donde las dimensiones de la calidad del servicio evalúan por medio de cinco componentes: confiabilidad, respuesta, seguridad, empatía, tangibles y la calidad y satisfacción del cliente es la valoración del servicio deseado y el servicio percibido, en adecuado dónde se han desarrollado varios modelos

para evaluar la calidad del servicio con el objetivo de evaluar y analizar la calidad del servicio entre ellos se destacan: modelo de la imagen, modelo Servman, Servqual De Parasuraman, modelo del desempeño evaluado de Theas, modelo multiescenario de Bolton Y Drew, modelo de Zeithaml, modelo basado en el paradigma de la percepción del desempeño, modelo Servperf De Cronin Y Taylor, es importante señalar que la mayoría de los modelos estudiados se permite evaluar la calidad percibida, lo hacen como un resultado final y no profundiza en el análisis de lo evaluado, limitando el mismo a los atributos del producto. (pp. 127-150)

#### *2.2.2.6.5. Barreras en la gestión de la calidad*

Dicho con palabras de Cadena (2018) menciona que:

Existen algunas barreras que se encuentran cuando se trata de gestionar la calidad, se puede señalar: las limitaciones financieras, En el capital humano se encuentra otro problema falta de motivación y asignación de tiempo, factores que afectan la calidad y productividad que pueden ser agrupados de la siguiente manera: factores tecnológicos (diseño de productos, diseño de procesos, capacidad de equipos y maquinarias, calidad de materiales, etc.), factores organizativos (diseño de la organización y procesos, distribución de equipos y maquinarias, métodos y normas de trabajo, programación de operaciones, sistemas de mantenimiento, etc.), factores humanos (capacidad de nivel gerencial, motivación de la gente, comunicación e integración, identificación con la organización, etc.), Será entonces, en estos factores que tendrá que enfocarse la Gestión de la Calidad para que pueda llevar a la organización al éxito. (pp. 18-19)

#### *2.2.2.6.6. Principios de la gestión de la calidad*

Como señala Cadena (2018) propone que:

Existen algunos principios que se deben considerar en la gestión de la calidad. Miyauchi, ha estructurado los siguientes 11 principios básicos de la calidad:

- 1) Calidad en primer lugar
- 2) Orientación en el cliente
- 3) La importancia del cliente interno
- 4) Acción orientada por hechos y datos
- 5) Respeto por el funcionario
- 6) Acción orientada por prioridades
- 7) Control de procesos
- 8) Control de la dispersión
- 9) Control en la naciente
- 10) Acción de bloqueo
- 11) Comprometimiento de la alta dirección. (p. 24)

#### *2.2.2.6.7. Fases para gestión total de calidad*

Como expresa Novillo et al, (2017) indico que:

Las fases para la gestión total de la calidad están divididos en tres donde pasó a detallar los siguientes:

- 1) Planificar la calidad en el desarrollo de los productos o procesos que vamos a requerir para satisfacer las necesidades de mis clientes donde diseñar los productos o servicios, tomando en consideración las necesidades según lo planificado.
- 2) al Controlar la calidad se encuentra las posibles desviaciones en los estándares de calidad planificados e Implementar medidas para corregir las desviaciones encontradas.
- 3) Mejorar la Gestión de la calidad para corregir las falencias originadas en la fase de planificación, para así evitar futuros problemas de calidad, Donde se establecer un sistema para evitar problemas de calidad futuros, Elaborar proyectos de mejora donde se formara e incentivara al grupo de personas con la finalidad de buscar disminuir errores y resolverlo. (pp. 62-63)

#### *2.2.2.6.8. Principios de la gestión de la calidad*

Citando a Novillo et al, (2017) argumenta que:

Según la ISO 9001:2015 la calidad como cualquier cosa que pueda percibirse o concebirse donde la apertura al tema de calidad más allá de los requerimientos y necesidades que tienen los clientes. Se tienen ocho principios de gestión de la calidad según la ISO 9000:2000, teniendo como objetivo ayudar a que las organizaciones puedan lograr el éxito en la implementación de un Sistema de gestión de la calidad. Teniendo los 8 principios que se pueden visualizar: Enfoque al cliente a satisfacción de los clientes, Liderazgo, Participación del personal en el involucramiento y compromiso del personal para el éxito de una empresa, Enfoque basado en procesos que buscan la innovación y mejora de la calidad, enfoque de sistema para la gestión donde se logra los objetivos de la organización, mejora continua es definida para lograr el adecuado desempeño de las empresas y actividades de las empresas, Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones donde se recolección de información para toma acertada de decisiones empresariales, Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor donde es importante la confianza de los equipos. (pp. 89-103)

#### **2.2.2.7. Dimensiones**

##### **Dimensión 01. Los factores de calidad en la empresa**

Desde la posición de Alcalde (2019) deduce que:

Da la impresión de que cuando hablamos de calidad, estamos pensando en la calidad que posee un determinado producto. Hoy en día se trabaja con el concepto de calidad total que implica llevar el concepto de calidad a todos los ámbitos de la empresa. En la actualidad, las empresas forman parte de una red de intereses y dependencia que hace que su margen de acción este condicionado por elementos externos. Por un lado, la empresa recibe productos y servicios de sus proveedores y por otro vende y atiende

a sus clientes. Además, tiene que tener en cuenta las influencias del entorno, como aspectos sociales y de respeto al medio ambiente. (p.20)

## **Indicadores**

### **1) Factor humano**

Como afirma Alcalde (2019) da a conocer que:

En la empresa moderna de hoy en día impensable la idea de: “tu estas para trabajar, que para pensar están otros”. La participación de los trabajadores con sus ideas y sugerencias se hace indispensable en un modelo empresarial donde la creatividad de todas las personas permite la innovación y la mejora constante de los procesos. En este aspecto, se está produciendo una verdadera revolución, considerando a la calidad como un valor humano, cuando hablamos de calidad, no nos referimos exclusivamente a la del producto o del servicio, sino que tenemos en cuenta la de toda la organización que es capaz de generarlos. No referimos fundamentalmente a la calidad. (p.22)

### **2) Factor tecnológico**

Tal como Alcalde (2019) recomienda que:

Los avances tecnológicos y científicos se suceden de forma rápida, haciendo posible producir bienes y servicios de mayor calidad a mejor precio. Las nuevas máquinas, herramientas, los robots, los sistemas informáticos, los sistemas automatizados, etc. consiguen automatizar cada vez más los procesos, con lo que se obtiene una reducción en los costes de producción y una mayor flexibilidad en los pedidos a la carta. (p.22)

### **3) Factor comercial**

Desde el punto de vista de Alcalde (2019) señala que:

Las relaciones comerciales se realizan entre compradores y vendedores de todo el mundo. Además, con los sistemas de producción modernos y la incorporación de nuevos materiales, la variedad de productos y servicios ha aumentado la oferta de forma espectacular, surgiendo entre las empresas

una fuerte y dura competencia para mantenerse vivas en el mercado. Ante la variedad de productos y servicios ofertados los consumidores tienen cada vez más en cuenta la calidad de aquellos en el momento de su elección. Los sistemas de gestión de calidad ya no se discuten, constituyen una estrategia necesaria para la supervivencia de la empresa moderna. (p.23)

#### **4) Factor medio ambiental**

En la opinión de Alcalde (2019) indica que:

Las personas cada vez nos preocupamos más por la degradación del medio ambiente: la contaminación de los ríos, el mar, el aire, la degradación de la capa de ozono, la contaminación acústica, la destrucción de los bosques, etc. esta situación provoca que estén apareciendo nuevas leyes que permitan un desarrollo sostenible, respetando el medio ambiente. Esta situación hace que las empresas tengan que adaptar sus sistemas productivos a este nuevo reto, realizando las inversiones oportunas y las modificaciones en el diseño de sus productos que sean necesarias para conseguirlo (p.23).

#### **Dimensión 02: Las necesidades del cliente**

Dicho con palabras de Alcalde (2019) define que:

Para poder ofrecer un producto de calidad es muy importante que esté diseñado y pensado según las expectativas del cliente actual y que posea la última tecnología. además debe ser fabricado en sistemas de producción de alta tecnología y ser comercializado por personas que conecten y den confianza a los clientes, Cuando una empresa no puede satisfacer a sus clientes de forma continua y tiene que estar prestando servicios extraordinarios en la postventa para mantenerlos, Como por ejemplo reparación de productos defectuosos, compensación por fallos en los servicios, etc. el éxito de esta empresa se debilita, al contrario una empresa excelente habrá anticiparse a las necesidades de sus clientes ofreciéndoles detalles no esperados en los productos o servicios que les proporcionará un verdadero deleite. (pp. 68-69)

## **Indicadores**

### **1) Cliente interno vs cliente externo**

Citando a Alcalde (2019) plantea que:

Sin embargo, pueden existir muchos tipos de clientes. Antes de que un producto llegue hasta el cliente final puede discurrir por diferentes empresas. Cada una de estas empresas recibe el producto y le añade un cierto valor. Los productos a su vez también discurren por diferentes departamentos y empleados antes de llegar al cliente externo. Aquí aparece la figura del cliente interno cada empleado de la empresa es un proveedor interno y es un cliente interno de una cadena de personas que forman un equipo con el objetivo de proporcionar un producto o servicio que satisfaga las necesidades de cliente externo. Por ellos es de vital importancia que el proveedor interno identifique y satisfaga las necesidades del cliente de igual modo que, la organización lo hace con sus clientes externos. (pp. 71-72)

### **2) Servicio de atención al cliente**

Teniendo en cuenta a Alcalde (2019) sostiene que:

Es un servicio que se presta a los clientes con el fin de identificar de forma clara a sus necesidades cambiantes, así como para aclarar dudas o resolver problemas que pueden surgir con el producto o servicio. Se estima que más del 20% de los clientes que se retraen de adquirir un producto o servicio lo hacen por fallos en la información o de atención por parte de las personas encargadas de atender y motivar a los compradores. ante esta circunstancia, es necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, con información concreta y precisa, de modo que la persona que recibe la información no sólo tenga una idea de un producto, sino también de la calidad del capital humano y técnico con el que va a establecer una relación comercial, Para proporcionar con calidad un servicio de atención al cliente ser importante: confianza, agilidad, competencia, accesible, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión, elementos materiales. (pp. 73-75)

### **3) Satisfacción del cliente según la ISO 9001**

En la opinión de Alcalde (2019) indica que:

Uno de los grandes objetivos de la norma internacional ISO 9001: 2015 (sistema de gestión de la calidad) es conseguir la satisfacción de los clientes. Se detalla la siguiente información: la organización debe llevar a cabo el seguimiento de la percepciones de los clientes del grado en el que se cumplen sus necesidades y expectativas, la organización debe establecer los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información, los métodos de seguimiento de la percepciones del cliente pueden incluir encuestas de satisfacción del cliente, reuniones con los clientes, análisis de las cuotas de Mercado, felicitaciones, garantías del producto servicio reclamadas, informes de agentes comerciales. etc. Esta serie está compuesta por cuatro normas que trata aspectos de seguimiento y medición, código de conducta, gestión de reclamaciones y resolución de conflictos externos. (pp. 73-75)

#### **Dimensión 03. Gestión de calidad por procesos**

Como lo hace notar Alcalde (2019) sugiere que:

Un proceso es una secuencia de tareas o actividades interrelacionadas que tiene como fin producir un determinado resultado (producto o servicio) a partir de unos elementos de entrada y que se vale para ello de unos ciertos recursos. Se podría decir, también que es una secuencia de actividades que van añadiendo valor mientras se produce un determinado producto o servicio a partir de determinadas aportaciones. (pp. 138-140)

Los sistemas de gestión de calidad enfocados a procesos están teniendo un gran éxito porque las organizaciones concentran su atención en el resultado que se obtiene de los procesos y no en las tareas o actividades concretas que se realizan cada uno de ellos, por otro lado, las personas intervienen saben cuál es el resultado que se espera obtener de un proceso y que lo importante es que satisfagan las necesidades del cliente interno externo de dicho proceso. (pp. 142-143)

## Indicadores

### 1) **Identificación de procesos**

Con base en Alcalde (2019) postula que:

Todas las actividades de una organización que pueden considerar como una secuencia de procesos: pedidos de clientes, compras, diseño, diferentes fases de la producción, tareas de seguimiento, facturación, planificación estratégica de la dirección, formación, mantenimiento y tanto más, en función de las características propias de cada empresa. Todos estos procesos que hacen que una organización funcione de forma eficaz están relacionados unos con otros e interactúan.

Los principales factores para la identificación y selección de los procesos podrían ser: influencia en la satisfacción del cliente, los efectos en la calidad del producto o servicio, influencia en la misión y estrategia, cumplimiento de requisitos legales o reglamentarios. (p. 145)

### 2) **Mapa de procesos**

Tal como Alcalde (2019) recomienda que:

Con el fin de simplificar el mapa y obtener una visión de conjunto del sistema de gestión de la organización, resulta de gran utilidad de realizar agrupaciones de varios procesos en función del tipo de actividad e importancia para satisfacer al cliente final.

El nivel del detalle del mapa de proceso estará de acuerdo con el tamaño de la organización y de la complejidad de sus actividades. No hay que olvidar que el mapa sirve para observar el conjunto y la parte concreta. Es decir, no nos permite saber cómo son por dentro pero si podemos observar cómo se realizan las transformaciones de entradas en salidas. (pp. 146-147)

### 3) Descripción de las actividades del proceso

En la opinión de Alcalde (2019) indica que:

Cada una de las agrupaciones del mapa de procesos o macro procesos suelen contener una gran cantidad de sub procesos que se relacionan para conseguir el objetivo fijado, cada uno de estos sub procesos está constituido por una serie de actividades que se relacionan entre sí para describir de forma detallada y gráfica todo lo que ocurre en un proceso podemos utilizar los diagramas de flujo. (pp. 148-149)

#### 2.3. Definiciones de términos básicos

**Acciones.** Según Ramírez y Villacorta (2018) indican que la organización realiza con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas a través del apoyo a la comunidad (p. 24). De la misma forma, podemos mencionar que las organizaciones apoyan a las comunidades con necesidades mejorando su imagen ante la sociedad.

**Alta dirección.** Como expresa Novillo et al, (2017) menciona que son miembros que planifican que dirige una organización en el nivel más alto que delegar autoridad y proveer recursos en la organización. (p. 64). En la misma línea, podemos mencionar que son directivos de la empresa que determina las funciones y establece objetivos para implementar una mejor gestión de calidad.

**Calidad.** En la opinión de Aldana, et al (2011) sugiere que es multidimensional y es subjetivo cuando se trata de servicios o producto para satisfacer al consumidor o cliente (p. 34). De acuerdo a la línea de investigación, podemos mencionar que son estándares de medida que cumple con la satisfacción del cliente lo que espera del servicio o producto

**Calidad total.** Teniendo en cuenta a Parrales, Merino, Figueroa y Ortega (2019) declaran el mejoramiento continuo, donde se involucran los trabajadores a razón de que los clientes internos y externos estén satisfechos asegurando la calidad permanentemente (p. 19). Así mismo, la calidad total es la capacidad de crear confianza en los consumidores y la satisfacción de los colaboradores en

involucrarse en la organización donde los procesos que realiza cumplen con los estándares de calidad.

**Control de calidad.** En la opinión de Sánchez (2018) señala que el control de calidad es un proceso de inspección en que todo funciona bien (17). De la misma forma podemos mencionar que el control de calidad es para asegurarse del producto o servicio que se ofrece al consumidor prestando los mínimos estándares de calidad.

**Endomarketing.** Como afirma Shum (2019) sostiene que significa marketing hacia dentro del entorno empresarial que proporciona en esencia la identidad con la marca para los miembros del equipo (p. 202). En la misma línea podemos mencionar que es una estrategia para fidelizar a los miembros del equipo para que estén identificados con la empresa con lealtad y motivación en la empresa donde laboran.

**Estrategia Competitiva.** Como lo hace notar Alcalde (2019) declara que la competitividad entre las empresas cada vez es más fuerte por la globalización, debido a los cambios tecnológicos que se produce y la exigencia de los consumidores, da como resultado una mejora continua en innovación sin bajar la calidad (pp. 20-21). Se puede señalar que es una capacidad de producir un producto ventajoso frente al resto de las organizaciones y tener más oportunidades con el producto terminado o el servicio donde satisface las necesidades del consumidor.

**Filantropía.** Teniendo en cuenta a Ramírez y Villacorta (2018) sugieren que es la acción voluntaria y solidaria de las empresas ofrecen a la sociedad donaciones altruistas (p. 24). Siguiendo la misma línea proponemos que es la voluntad altruista de las empresas para el bien de la sociedad con donaciones de recursos sin afectar a la organización.

**Gestión Administrativa.** En la opinión de Caldas, Carrión y Heras (2017) afirman que es el proceso por el cual se hace más eficaz, eficiente para el cumplimiento de premisas en costes por exigencia legal o de la organización (P. 13). Son acciones que utilizan los recursos materiales, recursos humanos y financieros para alcanzar objetivos de la organización.

**Gestión empresarial.** En la opinión de Cadena (2018) sugiere que se basa en las necesidades de cambio en actitudes, estructura y funcionamiento a través de dirigir a un grupo de personas para logro de objetivos (p. 23). De acuerdo a la línea de investigación, podemos mencionar que es la búsqueda de excelencia y oportunidades en lograr objetivos con estrategias diversas.

**Gestión de servicio.** Como expresa Batista y Estupiñan (2018) plantean que es la condición que dirige al éxito competitivo de la empresa que determina la exigencia de los consumidores que determina el crecimiento de la empresa (p. 11). En la misma línea, podemos mencionar que son actividades que desarrolla para negociar y administrar de forma efectiva y lograr un resultado.

**Gestionar.** Como expresa Batista y Estupiñan (2018) revelan que gestionar es satisfacer y equilibrar sus necesidades y adaptarse a las circunstancias del mercado (p. 15). De la misma manera, podemos mencionar que es la capacidad de manejar o liderar una organización o empresa y tomar decisiones para su desarrollo.

**Globalización.** Teniendo en cuenta a Urrosolo y Martínez (2018) manifiestan que la globalización es un proceso que ha transformado la economía, político, social, tecnológico y cultural por la interconexión cercana entre los países (p. 7). De la misma manera se puede mencionar, que es un crecimiento exponencial en lo económico, social, político, cultural en la comunicación con diferentes países articulando sus mercados sociales y existiendo una transformación social, económica, política y cultural.

**Grupos de interés.** Como afirma Telmo y Domínguez (2017) Sostienen que son grupos de individuos o lo que la empresa tiene relación y se ven afectados por las actividades, productos y servicios (p. 29). Siguiendo la misma línea los grupos se refieren a externos e internos de la organización donde las actividades de incremento les pueden afectar a sus consumidores.

**Imagen Corporativa.** Como afirma Cano (2017) manifiesta que es la percepción que tiene la sociedad en cómo ve a la organización dando un valor de acuerdo a los sentimientos que le genera la organización (p. 253). De la misma manera, podemos mencionar que identifican las personas en cuanto a la empresa el

valorar que representa en la sociedad, de acuerdo a un conjunto de su percepción, sentimientos de interpretación de la propia empresa.

**Norma ISO.** Desde el punto de vista de Batista y Estupiñan (2018) ratifican que el ISO es el mayor desarrollador de estándares de calidad que satisface las necesidades en lo económico, medioambiental y social (p. 13). En esta misma línea podemos mencionar que contribuye al desarrollo de bienes y servicios más eficaces, seguros donde protege a los consumidores.

**Proceso.** De acuerdo con Alcalde (2019) propone que es una secuencia de actividad o tareas que produce un resultado de producto o servicio donde se añade valor al producirse el producto o servicio (p. 138). Cabe destacar que son actividades seguidas que determina la etapa del proceso productivo.

**Productividad.** Como lo hace notar Ruiz y Deza (2018) recomiendan que es el factor de producción y acumulación de productos o servicios que desarrolla con respecto al avance (p. 22). De esta forma, proponemos que se calcula cuantos bienes y servicios ha producido para lograr ganancias en productividad que promueve la obtención de mayor inversión.

**Pymes.** Como afirma OECD/CAF (2019) argumenta que es una empresa pequeña y mediana que busca tener ingresos de la actividad que realizan (p. 70). En la misma línea, podemos mencionar que es una empresa pequeña, mediana que están registradas formalmente y regulada con los pagos de impuestos y laborales.

**Responsabilidad social corporativa.** Como afirma El kadi y Martinez (2018) considera que es el conjunto de obligaciones, compromisos legales, éticos, nacionales e internacionales, con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales (p. 50). En este sentido, podemos señalar que es el respeto al medio ambiente ajustando sus actividades comerciales al cuidado sostenible del cuidado social, medioambiental.

**Manejo de riesgo.** Como afirma Suzuki (2017) considera que se genera a través de los accidentes internos en los procesos o desastres donde afecta al entorno y comunidades poniendo en riesgo (p. 325). De tal modo, podemos señalar que la

contaminación ambiental que provoca sustancias y desechos por actividades de los seres humanos.

**Mejora continua.** Según Rubio y De Lucas (2018) recomiendan que es la acción de emprender para incrementar la eficacia y eficiencia de procesos para beneficio de la organización (p. 81). Cabe destacar que, es una actividad que beneficia al cliente y a la organización que contribuye en avances de innovación para la satisfacción del consumidor.

**Modelo SERVQUAL.** Desde la opinión de Cadena (2018) propone en que es un modelo teórico que orienta a la investigación y a la evaluación de calidad donde realiza la medición de como aprecian el servicio los consumidores (p. 26). Cabe destacar que, es un servicio que mide la prestación de servicio de la organización lo que el cliente espera basándose en él boca a boca, experiencias previas, comunicación de conocidos y sus necesidades

**Modelo SERPERF.** Según Rubio y De Lucas (2018) fundamentan que es a la atención exclusiva de la valoración del desempeño (p. 26). Cabe destacar que, es un modelo de evaluación de desempeño al momento de brindar un servicio que proporciona al cliente

**Stakeholders.** Según Ramírez y Villacorta (2018) recomiendan en que son grupos de interés de la empresa como los stakeholders internos son accionistas y colaboradores, stakeholders externos son clientes, consumidores, gobierno, los académicos, iglesia, sociedad civil, competidores y el medio ambiente (p. 45). Cabe destacar que, toda la organización y personas se verán afectados por la decisión que tome positiva o negativamente a las acciones, donde los resultados afectarán a los actores sociales interno y externo.

**The global reporting initiative (GRI).** Según Ramírez y Villacorta (2018) consideran que es una institución con red de expertos diversos y son distintos grupos de sociedad, que desarrollan la sostenibilidad y los reportes sociales (p. 35). En este sentido, podemos complementar que es una organización no gubernamental que impulsa la elaborar de reportes de sostenibilidad en los impactos sociales, medio ambientales de una organización.

**Valor Añadido.** Tal como Sánchez (2019) argumenta que es el incremento que favorece dando una aceleración de los flujos comerciales, así como la extensión geográfica y de mercado (p. 52). En la misma línea, podemos mencionar que es la acción de dar distintivos adicionales al servicio o producto cuando el cliente consume para hacer atractivo la diferencia a otras empresas y poder competir con ellas.

**Valor social.** De acuerdo a Telmo y Domínguez (2017) postulan que es la probabilidad de aceptación o rechazo social por la valoración, donde existe el interés de adaptar sus modelos de negocio para formar parte de la gestión finan (p. 50). De acuerdo a esto, podemos mencionar que se genera una posibilidad de realizar modelos de negocio en aceptación de la sociedad a la actividad que realiza donde aporta la organización en los objetivos sociales

**Ventaja competitiva.** Como expresa Novillo et al, (2017) indica que es un beneficio para lograr reputación con fines de aprovechar la ventaja ante otras empresas (p. 88). En la misma línea, podemos mencionar que nos permite diferenciarnos para satisfacer al consumidor de la ventaja en lograr brindar mejor servicio o producto.

**Volatilidad De Mercado.** Ramírez, Hoyos y Redondo (2019) señalan que se controla a través de la innovación en el manejo de riesgo de deuda donde varia los precios de acuerdo a la demanda y oferta (p. 200). De la misma manera, podemos aportar que la inestabilidad de los precios de mercados es por el cambio que se realiza constantemente por las fluctuaciones del mercado

### **III. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

HG Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

HE 1 Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con los factores de calidad en la empresa del sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020

HE 2 Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020

HE 3 Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020

#### **3.2. Variables de estudio**

##### **3.2.1. Definición conceptual de variable**

###### **3.2.1.1. Variable 1. Responsabilidad social organizacional**

Tal como Garcia y Soto (2019) menciona que: “constituye un nuevo modelo de gestión que integra, en el proceso de toma de decisión de los temas estratégicos y operativos, los impactos económicos ambientales y sociales” (p. 2).

La responsabilidad social organizacional es aquella empresa que cumple con la protección del medio ambiente, antes que le imponga el sistema jurídico con la finalidad de demostrar respeto por los valores éticos, sociales y medio ambientales donde contribuye a la construcción de bien común.

### **3.2.1.2 Variable 2. Gestión de calidad**

Como afirma, Alcalde (2019) manifiesta que la gestión de calidad total: “Engloba a todas las actividades, tanto internas con externas de la empresa y tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes de las personas que trabajan en la organización, accionistas y sociedad en general” (p. 184).

La gestión de calidad total es como el horizonte que estuvo enfocado en los consumidores para satisfacerlos en sus necesidades para ser competitivo con sus competidores y gestionando los procesos e innovando para una mejora continua, creando un máximo valor para el cliente.

### **3.2.2. Definición operacional de variable**

#### **3.2.2.1. Variable 1. Responsabilidad social organizacional**

La responsabilidad social organizacional es de naturaleza cuantitativa, la misma que estuvo conformada de 2 dimensiones que son: dimensión interna, dimensión externa. Las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.

#### **3.2.2.2. Variable 2. Gestión de calidad total**

La variable gestión de la calidad total es de naturaleza cuantitativa, la misma que estuvo conformada de 3 dimensiones que son: Los factores de calidad en la empresa, Las necesidades del cliente, Gestión de calidad por procesos. Las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.

## **3.3. Tipo y nivel de investigación**

### **3.3.1. Tipo de investigación**

En la opinión de Sánchez y Reyes (2017) sostiene que “el tipo de investigación es aplicada, integra teorías existentes para resolver las necesidades sociales, concentra su atención en llevar a la práctica las teorías” (p. 44).

El tipo de investigación es aplicada, donde buscó poner en práctica las teorías desarrolladas por otros investigadores; asimismo, buscó el desarrollo para luego actuar de acuerdo a las necesidades de la sociedad.

### 3.3.2. Nivel de investigación

#### 3.3.2.1. Nivel descriptivo

Dicho con palabras de Sánchez y Reyes (2017) plantea que “el estudio descriptivo examina y recoge información de acuerdo a una situación determinada sin presentar un procedimiento, ni asociándolas con otras variables de estudio” (p. 117).

El nivel de investigación que se prefirió es un estudio descriptivo, describe la situación, sucesos como se manifiesta buscando los fenómenos de las características de las personas, grupos de personas para un análisis donde se recoge la información de forma conjunta sobre las variables de estudio.

#### 3.3.2.2. Nivel correlacional

Desde el punto de vista de Sánchez y Reyes (2017), postula que “El estudio correlacional se orienta a determinar el grado de relación y la relación que existe entre dos o más variables o hechos que se llega a observar, si existe una misma relación de sujetos entre las variables que se observa” (p. 119).

El nivel de investigación que se prefirió fue de nivel descriptivo correlacional que trató de buscar relación de las variables que se están investigando para determinar la asociación o relación de una variable con la otra variable de estudio.

#### Tabla 1.

*Interpretación del coeficiente de correlación de Rho Spearman.*

<b>Coeficiente</b>	<b>Interpretación</b>
De 0 a -0.20	Correlación prácticamente nula
De -0.21 a -0.40	Correlación baja
De -0.41 a -0.70	Correlación moderada
De -0,71 a -0.90	Correlación alta
De -0.91 a -1	Correlación muy alta

*Nota. Tomado de: Bisquerra, R. (2009). Metodología de la investigación educativa (2da. Ed.). Madrid: (p. 212).*

### **3.3.3. Método hipotético deductivo:**

Como expresa Cabezas, Andrade y Torres (2018) afirman que:

Se desarrolla siguiendo unos pasos primordiales: observación del acontecimiento, creación de una hipótesis acerca de ese acontecimiento, presunción de las consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis y la verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia. (p. 17)

El método hipotético deductivo se debe a que nuestras hipótesis sean respetadas con los resultados que se logran de forma deductiva ante las afirmaciones que se proporciona dentro de la investigación.

### **3.4. Diseño de la investigación:**

La presente investigación es de diseño no experimental, cuantitativo y de corte transversal.

#### **3.4.1. Diseño no experimental**

Dicho con palabras de Cabezas, Andrade y Torres (2018) postula que “En este diseño de investigación, los eventos o variables no se manipulan en forma intencionada siendo solo la finalidad es observar los fenómenos o variables tal como ocurre en su contexto natural y luego analizarla” (p. 79).

El diseño de la investigación fue no experimental, correlacional de corte transversal y enfoque cuantitativo por la que no se manipula las variables (responsabilidad social organizacional y gestión de la calidad) de estudio siendo aceptados los fenómenos que pasen en su contexto natural.

#### **3.4.2. Enfoque cuantitativo**

Citando a Cabezas, Andrade y Torres (2018) agrega que:

El enfoque cuantitativo se basó en utilizar la observación del proceso en forma de recolección de datos y analizar para llegar a responder las preguntas que se plantean en un inicio de la investigación, utilizando

herramientas de análisis estadístico con el fin de ser medible y cuantificable. (p. 66)

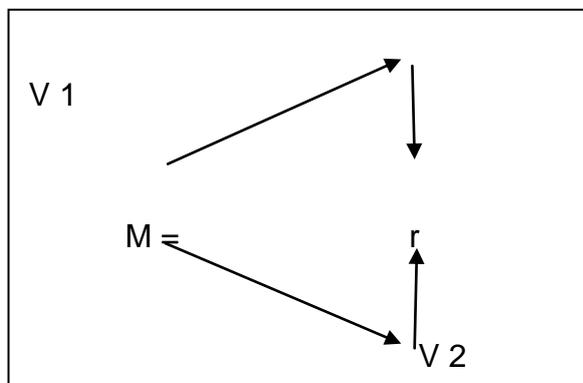
El enfoque cuantitativo usó la observación para recolectar datos que ha dado respuesta a las preguntas haciendo uso del SPSS y fueron sometidas las preguntas al análisis que realizaron a los investigados y se logró un resultado cuantificable.

### 3.4.3. Corte transversal

Como señala Cabezas, Andrade y Torres (2018) define que “esta investigación de corte transversal recolecta los datos en un solo momento, y por una sola vez siendo su propósito es describir y estudiar las incidencias e interrelación de un hecho” (p. 79).

Esta investigación se basa en un corte transversal donde describe e informa los datos en un solo momento y tiempo sin conllevar a realizar muchas veces la evaluación donde relaciona datos en un solo momento.

El Esquema correspondiente a este diseño es el siguiente:



**Donde:**

M = Muestra de Estudio.

O1 = Observación de la Variable Gestión de calidad

r = Relación existente.

O2 = Observación de la Variable responsabilidad social organizacional

### **3.5. Población y muestra de estudio**

#### **3.5.1. Población**

Como afirma Córdova (2017) destaca que: “la población es el conjunto de unidades de observación bien definidas en un medio geográfico o lugar con características comunes y observables estando agrupados con fines de estudio” (p. 84).

La población es el conjunto de personas donde se realiza el estudio detallado de un conglomerado de personas que representan a la población que se investiga y donde son ubicados encontrándose agrupados demográficamente en un sitio específico.

La presente investigación trabajó con 35 personas de diferentes hoteles del distrito de cusco para reunir características para el estudio del personal que labora en dicho hotel del distrito de Cusco. En la presente investigación se eligió solo a un participante del hotel para que pueda responder sinceramente.

#### **3.5.2. Muestra**

Desde la posición de Méndez y Sandoval (2007) declara que: “la muestra censal es el tamaño representativo de la población de investigación de donde se recolecta la información que se propone obtener para estudiar la totalidad de los elementos de una población” (p. 84).

La muestra es censal por el tamaño que representa de la población de estudio, donde la recolección de datos fue de 35 hoteles del sector del distrito Cusco, de la provincia de Cusco.

La presente investigación consideró a 35 hoteles del distrito de Cusco porque la mayoría de hoteles están cerrados por la pandemia de covid 19 y sólo se realizaron a los hoteles que estaban abiertos, representando como una muestra censal, de donde se han extraído los datos necesarios para lograr los objetivos planteados por el estudio. Cabe resaltar que, por hotel se desarrollará solo un cuestionario.

- a) Criterios de Exclusión
  - Hoteles que cerraron debido al contexto actual (COVID-19)
  - Hoteles, cuyo personal, no esté dispuesto a brindar la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos planteados
- b) Criterios de Inclusión
  - Hoteles que siguen en actividad
  - Hoteles, cuyo personal, esté dispuesto a brindar la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos planteados

### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos**

Citando a Sánchez y Reyes (2017) señala que “son técnicas donde se utiliza medios para poder recoger información que se requiere de una realidad o fenómeno en cuanto a los objetivos de la investigación, las técnicas varían y se seleccionan considerando el método de investigación” (p. 163).

La técnica que se realizó en esta investigación fue la encuesta permitiéndonos obtener información que se requiere de los encuestados para lograr resultados de las manifestaciones que nos mencionan en las encuestas.

#### **3.6.2. Instrumentos**

En esta investigación el instrumento es el cuestionario.

Tal como Sánchez y Reyes (2017) considera que “Los cuestionarios constituye un formato estructurado con diversas preguntas relacionadas con los objetivos de la investigación donde es de elección forzada de respuestas abiertas, dicotómicas, de comparación por pares y de alternativas múltiples” (p. 164).

Los cuestionarios son instrumentos usados de formatos escritos de preguntas variadas politómicas que se realizaron como preguntas interrogativas y personas con claridad y coherencia donde el trabajo de investigación posee un cuestionario para recolectar datos de los objetivos de estudio.

### 3.6.3. Escala Likert

Desde el punto de vista de Hernández, et al (2014) postula que:

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios donde se pide las reacciones de los participantes donde se presenta las preguntas al sujeto y que marque las respuestas eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. Donde a cada punto se le da un valor numérico y el sujeto evaluado obtiene una puntuación respecto de la afirmación donde obtiene una puntuación total de todas las afirmaciones (p. 238).

La escala Likert son herramientas de medición que se la presenta al sujeto que es evaluado donde él tiene que elegir la respuesta que considera y que corresponde donde mide actitudes de toda la sumatoria de respuestas afirmativas.

**Tabla 2.**

*Calificación y evaluación del cuestionario de gestión de calidad*

<b>Alternativas</b>	<b>Puntuación</b>	<b>Afirmación</b>
N	1	Nunca
CN	2	Casi nunca
A	3	A veces
CS	4	Casi siempre
S	5	Siempre

*Fuente: elaboración propia*

**Tabla 3.***Ficha técnica de Responsabilidad Social Organizacional*

<b>Aspectos Complementarios</b>	<b>Detalles</b>
Objetivo:	Determinar la responsabilidad social organizacional del sector hotelero del Distrito de Cusco 2020.
Tiempo	20 minutos
Lugar	Distrito de Cusco
Hora	De 9:00 – 16:00 am.
Administración	Individual
	1= Bajo
Niveles	2= Medio
	3= Alto
	Alto <45 – 60>
Baremación	Medio <28 – 44>
	Bajo <12 – 27>

*Baremo: son escalas de valores que se establecen para clasificar los niveles y rangos*

**Tabla 4.***Ficha técnica de gestión de calidad*

<b>Aspectos Complementarios</b>	<b>Detalles</b>
Objetivo:	Determinar la gestión de calidad del sector hotelero del Distrito de Cusco 2020.
Tiempo	20 minutos
Lugar	Distrito de Cusco
Hora	De 9:00 – 16:00 am.
Administración	Individual
	1= Bajo
Niveles	2= Medio
	3= Alto
	Alto <92 – 125>
Baremación	Medio <58 – 91>
	Bajo <25 – 57>

*Baremo: son escalas de valores que se establecen para clasificar los niveles y rangos*

### 3.6.4. Validez

Como afirma Hernández, et al (2014) señala que: “se refiere al grado en que un instrumento mide lo que tiene que medir donde es sometido a las opiniones de expertos para asegurarse que las preguntas sean de interés para el estudio”. (p. 200)

Es el proceso que se realiza para obtener la validez mediante la intervención y participación de profesionales (juicio de expertos) donde los expertos son calificados por las universidades quienes observaran y analizaran el cuestionario si la formulación de los ítems es el correcto y son aplicables y tienen relevancia para la investigación.

**Tabla 5.**

*Validez de juicio de expertos*

<b>Grado académico</b>	<b>Apellidos y nombres del experto</b>	<b>Apreciación</b>	<b>validador</b>
<b>Magister</b>	Mgt. Méndez Escobar, Michel Jaime	Aplicable	Metodólogo
<b>Magister</b>	Mgt. Indira Yesenia Florez Mujica	Aplicable	Temático

*Fuente: Elaboración Propia*

Dada la validez de los instrumentos por juicio de expertos sobre la validez sobre las variables de responsabilidad social organizacional y gestión de calidad han determinado como resultado aplicable el instrumento, por ser considerado confiable, de acuerdo a criterios de claridad, relevancia y pertinencia siendo que las preguntas del instrumento tienen relación y coherencia con las dimensiones y variables de estudio.

### 3.6.5. Análisis de Confiabilidad de instrumento

Para el análisis de la confiabilidad se obtiene mediante la estadística de Alpha de Cronbach, según las variables de investigación a fin de obtener un valor confiable que garantice los resultados obtenidos.

Tal como Hernández, et al (2014) sugiere que: “La confiabilidad de un instrumento de medición donde tiene la capacidad de medir una variable en

diferentes momentos al mismo individuo u objeto produce resultados iguales". (p. 200)

La confiabilidad es el grado de permanencia de un puntaje obtenido por un mismo grupo de personas que fueron tomadas con el mismo instrumento de recolección de datos donde no existe cambio en los puntajes obtenido al inicio.

Formula de alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\sum S_i^2$ : Sumatoria de varianza de los items  
 $K$  : Número de ítems  
 $S_T^2$  : Varianza de la suma de los ítems  
 $\alpha$  : Coeficiente de Alfa de Cronbach

**Tabla 6.**  
*Escala de Valores de Alpha de Cronbach*

<b>Escala de valores</b>	<b>Valoración</b>
Menor a 0.60	<i>Inaceptable</i>
0.60 a 0.65	<i>Indeseable</i>
0.65 a 0.70	<i>Mínimamente aceptable</i>
0.70 a 0.80	<i>Aceptable</i>
0.80 a 0.90	<i>Muy buena</i>

*Fuente. Tomado de Ruiz Bolívar (2013). Un enfoque cuantitativo para la recolección y análisis de datos. USA*

### **3.6.6. Validación y confiabilidad del instrumento de responsabilidad social organizacional**

**Tabla 7.**  
*Resumen de procesamiento de casos de la investigación*

		<b>N</b>	<b>%</b>
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Se realizó el procesamiento en las 35 unidades de estudio, logrando un análisis de todos sin ninguna exclusión.

**Tabla 8.**

*Estadísticas de fiabilidad de alfa de Cronbach del instrumento de responsabilidad social organizacional*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,934	12

Respecto al Alpha de Cronbach, el valor obtenido es de 0.934 de 12 elementos analizados, por lo tanto, realizando una valoración respecto a la escala obtenida, se deduce que el instrumento empleado para la variable “Responsabilidad social organizacional” presenta una valoración muy buena para su aplicación.

### **3.6.7. Validación y confiabilidad del instrumento de gestión de calidad**

**Tabla 9.**

*Resumen de procesamiento de casos de la investigación*

		<b>N</b>	<b>%</b>
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	35	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Se realizó el procesamiento en las 35 unidades de estudio, logrando un análisis de todos sin ninguna exclusión.

**Tabla 10.**

*Estadísticas de fiabilidad de alfa de Cronbach del instrumento de gestión de calidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,966	25

Respecto al Alpha de Cronbach, el valor obtenido es de 0.966 de 25 elementos analizados, por lo tanto, realizando una valoración respecto a la escala obtenida, se deduce que el instrumento empleado para la variable “Gestión de Calidad” presenta una valoración muy buena para su aplicación.

### **3.7. Métodos de análisis de datos**

Como señala Hernández, et al (2014) propone que el muestreo no probabilístico es:

El análisis de datos se lleva a cabo por computadora u ordenador. Por ello, se centra en la interpretación de los resultados de los métodos de análisis cuantitativo y no en los procedimientos de cálculo, seleccionar un software apropiado para analizar los datos, ejecutar el programa: SPSS, explorar los datos: a. analizar descriptivamente los datos por variable. b. visualizar los datos por variable, evaluar la confiabilidad y validez logradas por el o los instrumentos de medición, analizar mediante pruebas estadísticas las hipótesis planteadas (análisis estadístico inferencial), preparar los resultados para presentarlos (tablas, gráficas, figuras, cuadros, etcétera)., realizar análisis adicionales. (p. 272)

El análisis de datos determina los resultados con el procesamiento de datos mediante un software SPSS donde se determina la relación de la responsabilidad social organizacional y la gestión de calidad optando por el análisis de correlación de Rho Spearman. Se utilizó el coeficiente r de Spearman puede variar de -1.00 a + 1.00, donde:

### **3.8. Aspectos éticos**

En la elaboración del proyecto de tesis, se dio cumplimiento a la Ética Profesional con los principios fundamentales de la moral individual y social y el punto de vista práctico a través de normas y reglas de conducta para satisfacer el bien común y de la sociedad con juicio de valor a las personas por su naturaleza racional, enmarcadas en el Código de Ética de TELESUP, de acuerdo a los siguientes principios:

- Integridad.
- Objetividad.
- Competencia profesional y debido cuidado.
- Confidencialidad.
- Comportamiento profesional

En general, el desarrollo se ha llevado a cabo prevaleciendo los valores éticos, como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos en el estudio de investigación que estuvo basado en mejorar la responsabilidad social organizacional y la gestión de calidad en principios éticos donde los trabajadores fueron informados de aquellos procesos y procedimientos eficientes para mejorar.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Estadística descriptiva

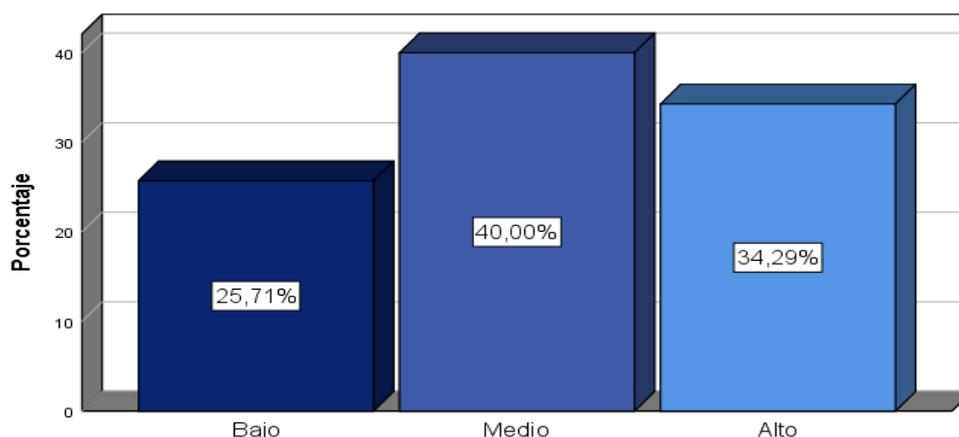
#### 4.1.1. Análisis Descriptiva de la variable y dimensiones Responsabilidad social

**Tabla 11.**

*Análisis de la variable de Responsabilidad social organizacional*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	9	25,7
	Medio	14	40,0
	Alto	12	34,3
	Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25



**Figura 1.** Responsabilidad social organizacional

Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25

En la tabla 11 y figura 1 de la variable responsabilidad social organizacional, 14 de ellos representa el (40.0%) de los hoteles encuestados ostentan un nivel medio en lo que a responsabilidad social organizacional respecta, 12 de ellos representa el (34.3%) posee un nivel alto en contraste con 9 de ellos representa el (25.7%) tiene un nivel bajo de responsabilidad social organizacional en el sector hotelero.

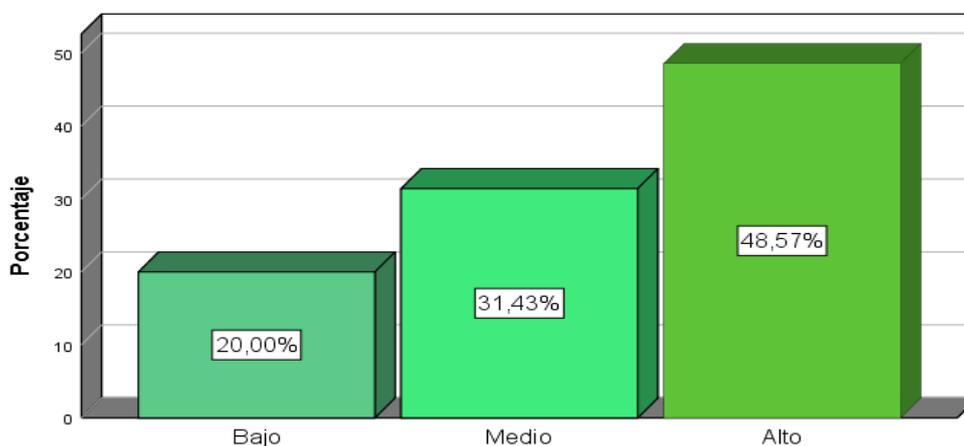
En referencia a la variable de la responsabilidad social organizacional se evidencia que el sector hotelero se encuentra en el nivel regular con un mayor

porcentaje presentando deficiencias en la responsabilidad social organizacional en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores de donde se recogió la información de los integrantes de la *muestra de estudio*.

**Tabla 12.**  
*Análisis de la dimensión 1: Dimensión Interna*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	7	20,0
	Medio	11	31,4
	Alto	17	48,6
	Total	35	100,0

Fuente: *Elaboración propia – SPSS V.25*



**Figura 2.** Dimensión Interna  
Fuente: *Elaboración propia – SPSS V.25*

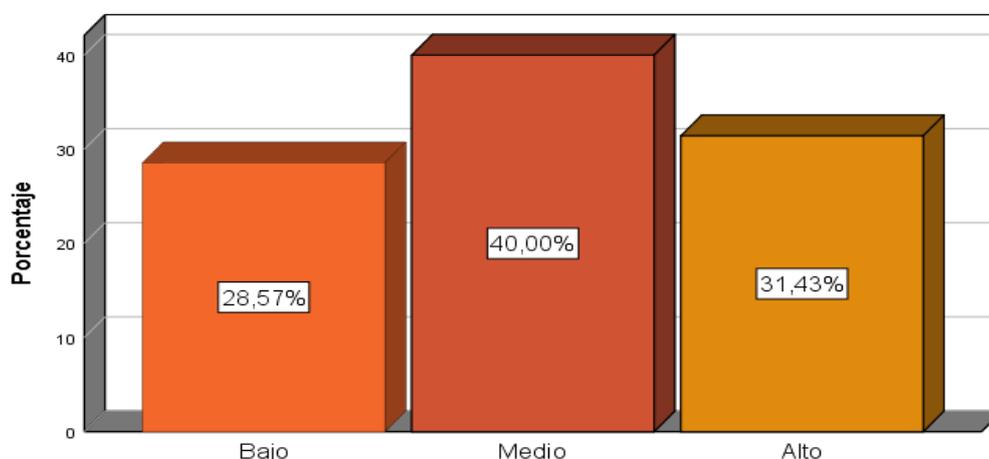
En la tabla 12 y figura 2 de la dimensión interna, 17 de ellos representa el (48.6%) de los hoteles encuestados poseen un nivel alto en lo que respecta a la dimensión interna de la responsabilidad social organizacional, el 11 de ellos representa el (31.4%) posee un nivel medio en contraste con 7 de ellos representa el (20.0%) tiene un nivel bajo en la dimensión interna de la responsabilidad social organizacional.

En referencia a la dimensión interna de la responsabilidad social organizacional se evidencia que el sector hotelero se encuentra en el nivel alto con un mayor porcentaje en la dimensión interna de responsabilidad social organizacional en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores.

**Tabla 13.**  
*Análisis de la dimensión 2: Dimensión Externa*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	10	28,6
	Medio	14	40,0
	Alto	11	31,4
	Total	35	100,0

Fuente: *Elaboración propia – SPSS V.25*



**Figura 3.** Dimensión Externa  
 Fuente: *Elaboración propia – SPSS V.25*

En la tabla 13 y figura 3 de la dimensión externa, 14 de ellos representa el (40.0%) de los hoteles encuestados poseen un nivel medio en lo que respecta a la dimensión externa de la responsabilidad social organizacional, el 11 de ellos representa el (31.4%) posee un nivel alto en contraste con 10 de ellos representa el (28.6%) tiene un nivel bajo en la dimensión externa de la responsabilidad social organizacional.

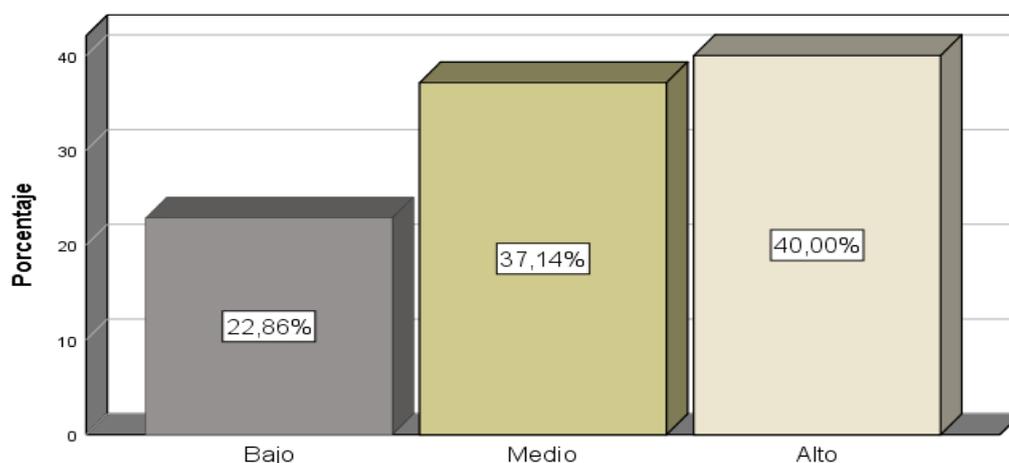
En referencia a la dimensión externa de la responsabilidad social organizacional se evidencia que el sector hotelero se encuentra en el nivel regular con un mayor porcentaje en la dimensión externa de responsabilidad social organizacional en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores.

#### 4.1.2. Análisis descriptivo de la variable y dimensiones de Gestión de calidad

**Tabla 14.**  
*Análisis de la variable de Gestión de calidad*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Bajo	8	22,9
	Medio	13	37,1
	Alto	14	40,0
	Total	35	100,0

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*



**Figura 4.** Gestión de calidad  
*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*

En la tabla 14 y figura 4 de la variable gestión de calidad, 14 de ellos representa el (40.0%) de los hoteles encuestados ostentan un nivel alto en gestión de calidad respecta, 13 de ellos representa el (37.1%) posee un nivel medio en contraste con 8 de ellos representa el (22.9%) tiene un nivel bajo de gestión de calidad en el sector hotelero.

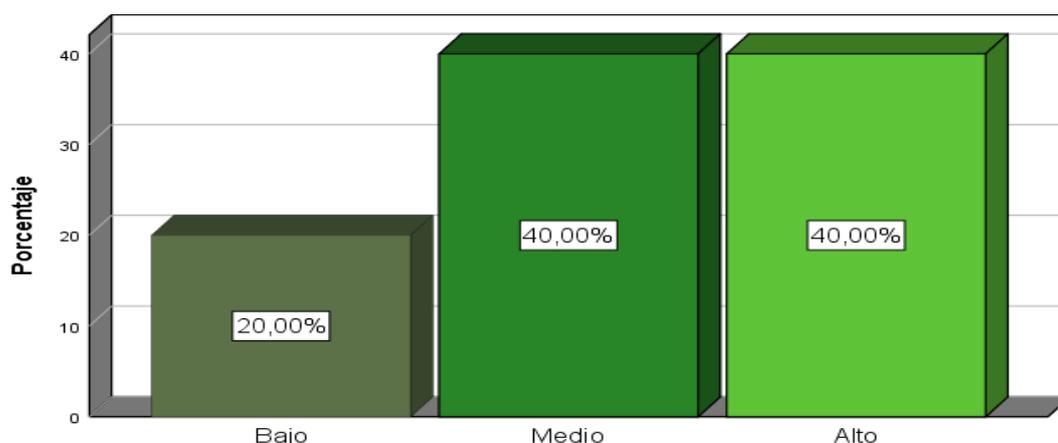
En referencia a la variable de gestión de calidad se evidencia que el sector hotelero se encuentra el nivel alto con un mayor porcentaje presentando una eficiente gestión de calidad en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores donde se recogió la información de los integrantes de la muestra de estudio.

**Tabla 15.**

*Análisis de la dimensión 1: Factores de calidad en la empresa*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Bajo	7	20,0
	Medio	14	40,0
	Alto	14	40,0
	Total	35	100,0

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*



**Figura 5.** Factores de calidad en la empresa

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*

En la tabla 15 y figura 5 de los Factores de calidad en la empresa, 14 de ellos representa el (40.0%) de los hoteles encuestados ostentan un nivel alto en factores de calidad en la empresa respecta, 14 de ellos representa el (40.0%) posee un nivel medio en contraste con 7 de ellos representa el (20.0%) tiene un nivel bajo de Factores de calidad en la empresa en el sector hotelero.

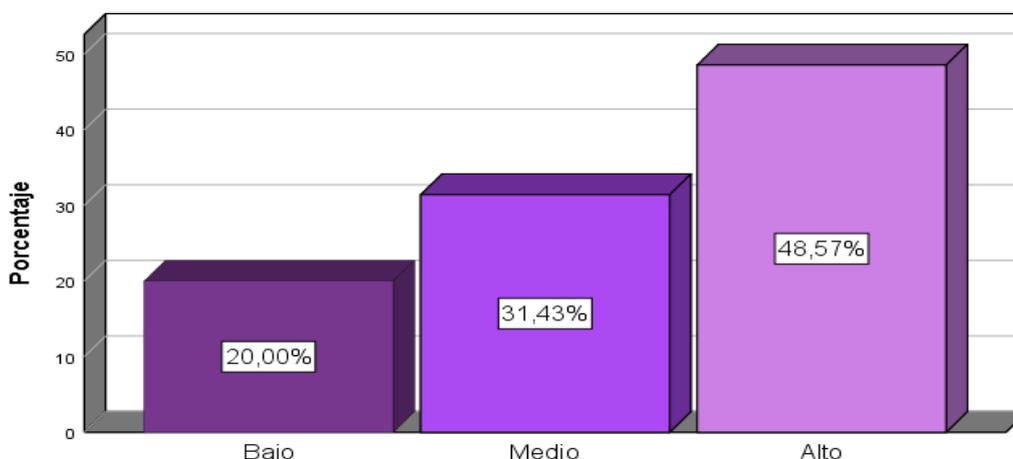
En referencia a los Factores de calidad en la empresa se evidencia que el sector hotelero se encuentra el nivel regular con un mayor porcentaje en los Factores de calidad en la empresa en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores del sector hotelero de la muestra de estudio.

**Tabla 16.**

*Análisis de la dimensión 2: Las necesidades del cliente*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Bajo	7	20,0
	Medio	11	31,4
	Alto	17	48,6
	Total	35	100,0

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*



**Figura 6.** Las necesidades del cliente

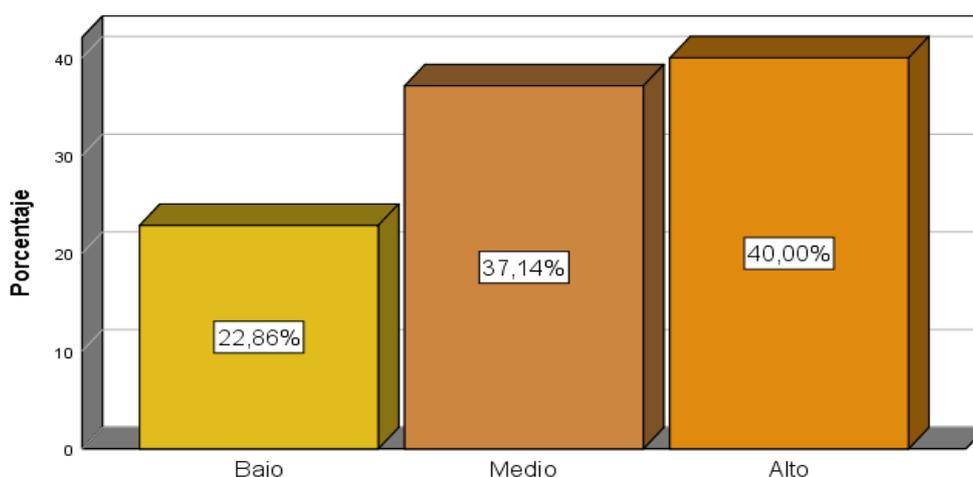
*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*

En la tabla 16 y figura 6 de Las necesidades del cliente, 17 de ellos representa el (48.6%) de los hoteles encuestados ostentan un nivel alto en las necesidades del cliente respecta, 11 de ellos representa el (31.4%) posee un nivel medio en contraste con 7 de ellos representa el (20%) presenta un nivel bajo de satisfacer Las necesidades del cliente en el sector hotelero.

En referencia a las necesidades del cliente se evidencia que el sector hotelero se encuentra el nivel alto con un mayor porcentaje en las necesidades del cliente en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores del sector hotelero de la muestra de estudio.

**Tabla 17.***Análisis de la dimensión 3: Gestión de calidad por procesos*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válido	Bajo	8	22,9
	Medio	13	37,1
	Alto	14	40,0
	Total	35	100,0

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25***Figura 7.** Gestión de calidad por procesos*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*

En la tabla 17 y figura 7 de la Gestión de calidad por procesos, 14 de ellos representa el (40.0%) de los hoteles encuestados ostentan un nivel alto en la Gestión de calidad por procesos respecta, 13 de ellos representa el (37.1%) posee un nivel medio en contraste con 8 de ellos representa el (22.9%) presenta un nivel bajo de la Gestión de calidad por procesos en el sector hotelero.

En referencia a la Gestión de calidad por procesos se evidencia que el sector hotelero se encuentra el nivel alto con un mayor porcentaje en la Gestión de calidad por procesos en el sector hotelero según la percepción de los trabajadores del sector hotelero de la muestra de estudio.

## 4.2. Prueba De Hipótesis

### 4.2.1. Prueba De Hipótesis General

#### Hipótesis de trabajo

Hi: Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020.

Ho: No existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020.

**Tabla 18.**

*Relación entre responsabilidad social organizacional y gestión de calidad*

#### Correlaciones

			Responsabilidad Social Organizacional	Gestión de Calidad
Rho de Spearman	Responsabilidad Social Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,877**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Gestión de Calidad	Coefficiente de correlación	,877**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*

En la presente tabla de correlación entre responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad, se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.877, por lo tanto, existe una correlación alta entre la responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad, además, se observa que el valor de la significancia (bilateral) es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre las variables de estudio.

## 4.2.2. Prueba De Hipótesis Específica

### Hipótesis específica de trabajo 1:

Hi: Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional y los factores de calidad en la empresa del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020.

Ho: No existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional y los factores de calidad en la empresa del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020.

**Tabla 19.**

*Relación entre los factores de calidad en la empresa y la responsabilidad social organizacional*

#### Correlaciones

			Factores de Responsabilidad calidad en la Social empresa Organizacional
Rho	de	Factores de	1,000
		calidad en la	,874**
Spearman	de	Coefficiente de correlación	,000
		Sig. (bilateral)	,000
Rho	de	N	35
		Responsabilidad	35
Spearman	de	Coefficiente de correlación	,874**
		Sig. (bilateral)	,000
Rho	de	N	35
		Social Organizacional	35

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia – SPSS V.25*

En la presente tabla de correlación entre los factores de calidad en la empresa con la responsabilidad social organizacional, se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.874, por lo tanto, existe una correlación alta entre los factores de calidad en la empresa con la responsabilidad social organizacional, además, se observa que el valor de la significancia (bilateral) es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre la dimensión “factores de calidad en la empresa” y la variable “responsabilidad social organizacional”.

### 4.2.3. Prueba De Hipótesis Específica

#### Hipótesis específica de trabajo 2:

Hi: Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020.

Ho: No existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020.

#### Tabla 20.

*Relación entre las necesidades del cliente y la responsabilidad social organizacional*

Correlaciones			Las necesidades del cliente	Responsabilida d Social Organizacional
Rho de Spearman	Las	Coeficiente de correlación	1,000	,779**
	necesidades	Sig. (bilateral)	.	,000
	del cliente	N	35	35
	Responsabili	Coeficiente de correlación	,779**	1,000
	dad Social	Sig. (bilateral)	,000	.
	Organizacion al	N	35	35

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia – SPSS V.25*

En la presente tabla de correlación entre las necesidades del cliente con la responsabilidad social organizacional, se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.779, por lo tanto, existe una correlación alta entre las necesidades del cliente con la responsabilidad social organizacional, además, se observa que el valor de la significancia (bilateral) es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre la dimensión “Las necesidades del cliente” y la variable “responsabilidad social organizacional”.

#### 4.2.4. Prueba De Hipótesis Específica

##### Hipótesis específica de trabajo 3:

Hi: Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020.

Ho: No existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020.

**Tabla 21.**

*Relación entre la gestión de calidad por procesos y la responsabilidad social organizacional*

##### Correlaciones

			Gestión de calidad por procesos	Responsabilidad Social Organizacional
	Gestión de calidad por procesos	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 35	,780** ,000 35
Rho de	Responsabilidad Social Organizacional	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,780** ,000 35	1,000 . 35

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia – SPSS V.25*

En la presente tabla de correlación entre la gestión de calidad por procesos con la responsabilidad social organizacional, se observa que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.780, por lo tanto, existe una correlación alta entre la gestión de calidad por procesos con la responsabilidad social organizacional, además, se observa que el valor de la significancia (bilateral) es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre la dimensión “gestión de calidad por procesos” y la variable “responsabilidad social organizacional”.

## V. DISCUSIÓN

### 5.1. Análisis de discusión de resultados

Los resultados que se presentan al concluir la investigación, luego de haber aplicado el cuestionario a los trabajadores del sector hotelero Cusco basado en el sistema hipotético deductivo bajo el enfoque cuantitativo, el marco hipotético va responder a la hipótesis general donde indica que las técnicas presenta una relación directa con la responsabilidad social aplicado a 35 colaboradores, el instrumento utilizado fue validado por expertos, temático y metodólogo, quienes dan su opinión de fiabilidad de Alpha de Cronbach que demuestra un nivel de 0.934 para la variable de responsabilidad social organizacional y 0.966 para la variable de gestión de calidad encontrándose en un nivel aceptable.

En esta investigación al determinar la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco, se pudo encontrar que el valor de correlación de Rho Spearman es de 0.877 y el valor de significancia es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que, la responsabilidad social organizacional comparte una relación directa con la gestión de calidad en relación al impacto socio ambiental que es realizado por actividades diarias en el sector hotelero a través del cuidado del medio ambiente, construyendo una empresa responsable en la realización en participar en lo social con actividades socialmente responsables para el mejoramiento de la imagen de la empresa. Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, donde refiere que existe relación directa entre la responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco. Estos resultados son corroborados por Jurado M. (2019) quien en su investigación llega a la concluir que los valores de la responsabilidad social incrementa la fidelización de imagen institucional en los clientes, de acuerdo con Cuatrecasas (2017) menciona que la gestión de calidad está basado fundamentalmente en el adecuada organización y la correcta gestión para el consumidor, donde las buenas prácticas son reconocidas por los clientes,

colaboradores y genera resultados con el entorno social. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar estos resultados confirmamos que mientras mejor estructurada se encuentre en la responsabilidad social organizacional, y que el cliente externo o interno participe activamente en el cuidado del medio ambiente, promoviendo niveles elevados de compromiso en el cuidado bajo una correcta gestión de calidad.

En esta investigación al determinar la Responsabilidad social organizacional con los factores de calidad en la empresa del sector hotelero del Distrito de Cusco, se pudo encontrar que el valor de correlación de Rho Spearman es de 0.874 y el valor de significancia es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre ambas variables. Esto quiere representar que, los factores de calidad en la empresa influyen en los aspectos sociales al respeto al medio ambiente, donde es posible la incorporación de nuevos materiales que permita el sostenimiento del medio ambiente con productos biodegradables o la incorporación de tecnología para las actividades que realiza. Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, donde refiere que existe relación directa entre la responsabilidad social organizacional con los factores de calidad en el sector hotelero de Cusco. Estos resultados son corroborados por Román Velásquez R. y Tarazona M. (2019) quienes en su investigación llegan a concluir que la responsabilidad social corporativa y la gestión administrativa que desarrolle actividades en beneficio de la comunidad donde estoy de acuerdo que dependerá de la gestión administrativa para que realice actividades de sensibilización al medio ambiente y cooperar con la comunidad. Teniendo en cuenta a Cadena (2018) plantea que existen barreras que se encuentra cuando se trata de gestionar la calidad donde hay factores humanos, financieros y motivacionales, es necesario enfocarse en la gestión para que pueda llevar a la organización al éxito donde mantendría una relación optima con el personal interno y externo y generar principios en tener acciones orientadas al cuidado del medio ambiente. Continuando con este argumento que se mencionó anteriormente se llega a analizar que existen y existirán barreras que limita el desarrollo de actividades en favor del cuidado del medio ambiente o que sea una empresa responsable, de la misma forma, se debe considerar principios

de la gestión de calidad que en primer lugar es el colaborador (cliente interno) que las acciones deben ser orientadas al respeto y acciones que se debe tomar en los procesos donde exista el compromiso de la alta dirección en generar una planificación, desarrollo e incentivar disminuir la contaminación de productos que no son perecibles teniendo una cantidad de turismo afluente en los sectores hoteleros de Cusco.

En esta investigación al determinar la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco, se pudo encontrar que el valor de correlación de Rho Spearman es de 0.779 y el valor de significancia es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que, las necesidades del cliente se establecen por una relación comercial donde se proporciona un servicio o producto que genera confianza, credibilidad y seguridad que cumpla con las expectativas que garantice ser una empresa responsable en el cuidado del medio ambiente donde la responsabilidad social organizacional debe ser un compromiso de hacerse cargo de los impactos que sus decisiones y actividades que realiza. Frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, donde refiere que existe relación directa entre la responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente en el sector hotelero de Cusco. Estos resultados son corroborados por Solorzano S. y Lavayen K. (2017) quienes en su investigación llegan a concluir que las ventajas que genera la responsabilidad social empresarial mejora la imagen corporativa siendo beneficioso para un mayor compromiso de los trabajadores aumentando la productividad y motivación a los empleados. Desde la posición de Alcalde (2019) declara que los sistemas de gestión de calidad están siendo enfocados en procesos y están logrando éxitos porque su atención, también está concentrado en los resultados que obtienen y que satisfagan las necesidades del cliente interno y externo, donde las buenas prácticas son reconocidos por el entorno social que tiene actividades propias de la empresa en tener herramientas para mejorar el impacto social y medio ambiental. Posteriormente, lo mencionado anteriormente y al analizar los resultados confirmamos que toda empresa debe ofrecer producto de calidad que cuide el medio ambiente y que de confianza y

satisfaga al cliente donde debe anticiparse a utilizar productos biodegradables donde ofrecerán detalles no esperados del producto o servicio que le proporciona donde le generará confianza, competencia, credibilidad y seguridad, también fidelidad con el cliente.

En esta investigación al determinar la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco, se pudo encontrar que el valor de correlación de Rho Spearman es de 0.780 y el valor de significancia es menor a 0,05 siendo este 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), por lo que, se puede afirmar que existe una relación significativa entre ambas variables. Esto quiere decir que, la gestión de calidad por procesos son secuencias de actividades que desarrolla la organización donde se centra en el resultado y no en el impacto social, económico y ambiental que debe ser fijado en la secuencia de actividades de la organización que no dañe a los trabajadores en condiciones laborales y que incluya regulaciones éticas para los clientes que satisfaga sus necesidades. Frente a lo mencionado, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, donde refiere que existe relación directa entre la responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad por procesos en el sector hotelero de Cusco. Estos resultados son corroborados por Bazalar O. (2017) quien en su investigación llega a concluir que se encontró una relación positiva moderada entre las variables estudiadas en gestión de calidad y la atención al cliente en la administración pública donde concluye que existe relación entre ambas variables. Así mismo, Valls (2017) manifiesta que la calidad percibida es un elemento decisivo en el proceso evolutivo donde el cliente decide comprar y a quien comprar de acuerdo a la valoración del servicio deseado o percibido, donde existe una secuencia de procesos de una organización que funciona de forma eficaz para conseguir un objetivo fijado que concentra su atención en el resultado. Continuando con lo mencionado anteriormente y analizando los resultados a los cuales se llegaron, es en cuanto la gestión de calidad por procesos se enfoca en los resultados dando mayor importancia a los logros que se obtiene y que se satisface al cliente, donde el cliente decide y no solo la empresa en un comportamiento socialmente responsable, donde el cliente define generar el valor compartido en buscar

servicios de actividades que son sustentables como empresa responsable en usar métodos alternativos en conservar el medio ambiente.

## **VI. CONCLUSIONES**

- Primera. Se determinó que existe relación directa entre responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco con un valor de sig. = 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), se rechaza la  $H_0$ , determinándose una correlación positiva alta ( $r = 0.877$ ).
- Segundo. Se determinó que existe relación directa entre los factores de calidad en la empresa con la responsabilidad social organizacional en el sector hotelero del Distrito de Cusco con un valor de sig. = 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), se rechaza la  $H_0$ , determinándose una correlación positiva alta ( $r = 0.874$ ).
- Tercera. Se determinó que existe relación directa entre las necesidades del cliente con la responsabilidad social organizacional en el sector hotelero del Distrito de Cusco con un valor de sig. = 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), se rechaza la  $H_0$ , determinándose una correlación positiva alta ( $r = 0.774$ ).
- Cuarta. Se determinó que existe relación directa entre la gestión de calidad por procesos con la responsabilidad social organizacional en el sector hotelero del Distrito de Cusco con un valor de sig. = 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), se rechaza la  $H_0$ , determinándose una correlación positiva alta ( $r = 0.780$ ).

## VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones obtenidas se presentan las recomendaciones siguientes:

- Primera.** Frente a la relación de la responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad, se plantea que en el sector hotelero se realicen actividades de mejora en favor de la responsabilidad social para los clientes que tengan una buena apreciación y así promover la imagen de una empresa responsable con el medio ambiente y que los clientes se identifiquen con la empresa hotelera.
- Segunda.** Frente a la relación de la responsabilidad social organizacional con los factores de calidad en la empresa, se promoverá el refuerzo en el uso de productos que no contaminen al medio ambiente, ríos, aire, y la degradación del suelo en sus actividades, asimismo, evitar que opten productos que se degraden con mayor facilidad para el uso de los clientes y apoye al cuidado del medio ambiente.
- Tercera.** Frente a la relación de la responsabilidad social y organizacional con las necesidades del cliente, se propone en ofrecer productos de calidad que satisfagan al cliente y realizar encuestas con el fin de analizar sus opiniones e intereses para lograr un impacto positivo en la atención al cliente y generar confianza, seguridad, comprensión y competencia.
- Cuarta.** Frente a la relación que existe entre la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos, se sugiere una secuencia de actividades de servicios que satisfagan las necesidades del cliente para que contribuya en beneficio a la empresa del sector hotelero, creando un valor agregado y sostenibilidad a largo plazo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdiel, R. (2017). *Responsabilidad Social Universitaria Y Su Impacto En El Desempeño Económico De Las Universidades Adventistas De México, Año 2017* (Tesis de Maestría, Universidad De Montemorelos). Repositorio institucional UM. <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/164>
- Alcalde, M. (2019). *Calidad, Fundamentos, Herramientas Y Gestión De La Calidad Para Pymes*, Editorial Paraninfo SA.
- Aldana, L., Álvarez, M., Bernal, C., Díaz, M., Galindo, O., Gonzales, C. y Villegas, A. (2011). *Administración Por Calidad*. (1ª ed.). Editorial Alfaomega S.A.
- Álvarez, L. (2020). *Gestión de la calidad en la consulta externa y su relación con la satisfacción del usuario externo en el hospital general Guasmo sur*. (Tesis De Maestría, Universidad Católica De Santiago De Guayaquil). Repositorio institucional UCDS. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15018>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. (3a ed.). Editorial Patria.
- Batista, N. y Estupiñan, J. (2018) *Gestión empresarial y posmodernidad*. Editorial Ablibitum SA. [https://books.google.com.pe/books?id=SpqaDwAAQBAJ&pg=PA6&dq=gestion+empresarial&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwiQpL3Su\\_nwAhVNTt8KHRsHAXEQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=gestion%20empresarial&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=SpqaDwAAQBAJ&pg=PA6&dq=gestion+empresarial&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwiQpL3Su_nwAhVNTt8KHRsHAXEQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=gestion%20empresarial&f=false)
- Bazalar, O. (2017). *Gestión de la calidad y la atención al cliente en la administración pública - Unidad Ejecutora 022 - Dirección De Salud II Lima Sur 2017* (Tesis De Maestría, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio de UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/22713>
- Berdugo, A. y Payares, K. (2017). *Endomarketing y la calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud de Barranquilla* (Tesis De Maestría, Universidad de la Costa). Repositorio de C. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/100>

- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. Editorial La Muralla S.A.
- Cabezas, E., Andrade, D. y torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. (1a ed.). Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Cadena, O. (2018). *Gestión De La calidad y productividad*. (1ª Ed.). Editorial De La Universidad De Las Fuerzas Armadas ESPE
- Caldas, M.E., Carrión, R., y Heras A.J. (2017). *Gestion administrativa* (Empresa e iniciativa emprendedora). Editorial Editex SA. [https://books.google.com.pe/books?id=-ukpDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+administrativa&hl=qu&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=-ukpDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+administrativa&hl=qu&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Cano, I. S. (2017). *Marketing y la imagen de marca* (CEAC). Editorial Editex SA. <https://books.google.com.pe/books?id=5NOdDwAAQBAJ&pg=PA253&dq=imagen+corporativa&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwilwK-WwfnwAhXJUt8KHTChDQwQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=imagen%20corporativa&f=false>
- Cochachi, V. (2018). *La responsabilidad social y la gestión empresarial de la empresa saga Falabella, año 2017* (Tesis De Maestría, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio de UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/13275>
- Córdova, I. (2017). *El proyecto de investigación cuantitativa*. Editorial san marcos E.I.R.L.
- Cuatrecasas, LL. (2017). *Gestión integral de la calidad implantación, control y certificación*. Ediciones Gestión 2000.
- Cueto, C. (2014). *Análisis de la responsabilidad social corporativa de las grandes ciudades en España*. Editorial Área De Innovación Y Desarrollo, SL.
- Dinero. (2010). *Responsabilidad social para emprendedores*. <https://Www.Dinero.Com/Negocios/Articulo/Responsabilidad-Social-Para-Emprendedores/109795>

- El Instituto Nacional de Calidad (INACAL) (2019). *Qué certificaciones de calidad son más requeridas en el Perú*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/07/que-certificaciones-de-calidad-son-mas-requeridas-en-el-peru/>
- El kadi, O. y Martinez, L. (2018). *La inteligencia ética como fundamento de la responsabilidad social*. Editorial Ad-Hoc Fundación koinonia.
- García, Y. y Soto, M. (2019). *Manual de responsabilidad social de las organizaciones*. Editorial Comares S.L.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw-Hill/ Interamericana.
- Jurado, M. (2019). *Responsabilidad social y su relación con la imagen corporativa de plaza vea, distrito puente piedra, año 2019* (Tesis De Maestría, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio de UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42942>
- Marianella, R. (2018). *Gestión de calidad y servicio al cliente en la empresa café Perú, Callao, 2018* (Tesis De pregrado, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio de UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23223>
- Méndez, R. y Sandoval, F. (2007). *Investigación fundamentos y metodología*. (1a ed.). Ediciones Pearson Educación, S.A.
- Montoya, B. y Martínez, P. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial Una Respuesta Ética Ante Desafíos Globales*. Rood Consultoría, Comunicación & RP.
- Novillo, E., Parra, E., Ramón, D. y López, M. (2007). *Gestión De La Calidad Un Enfoque Práctico*
- OECD/CAF. (2019). *América latina y el caribe 2019 políticas para pymes competitivas en la alianza del pacífico y países participantes de américa del sur*. [https://books.google.com.pe/books?id=tnYuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pymes&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwjnmZb7y\\_nwAhXPTd8KHfVQAdIQ6AEwCXoECAoQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=tnYuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pymes&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwjnmZb7y_nwAhXPTd8KHfVQAdIQ6AEwCXoECAoQAg#v=onepage&q&f=false)

- Orera, A. (2016). *Cuaderno De Innovación: Una Iniciativa Para La Implantación De La Calidad Total En La Administración Local-3 Ciencias*. Editorial Área De Innovación Y Desarrollo, S.L.
- Parrales, J. y Merino, J. y Figueroa, M. y Ortega, J. (2019). *Nociones de gestión de calidad y competitividad*. Grupo Compás.
- Prieto, R. y De La Hoz, R. (2017). *Marketing y competitividad en las organizaciones, enfoques y perspectivas*. Editorial Mejoras.
- Ramírez, J. H., Hoyos, H. y Redondo, M. I. (2019). *Mercado de capitales e introducción al mercado de divisas*. Ediciones de la U.
- Ramírez, J. y Villacorta, M. (2018). *La responsabilidad social en las empresas de comunicación casos Atv, radio capital*. Editorial Universidad de Lima.gs
- Revista Venezolana de Gerencia (2016). *Fundamento ético disciplinares de la responsabilidad social organizacional*. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29048812008.pdf>
- Rodríguez, V. (2016). *Influencia De La Responsabilidad Social Empresarial Sobre La Lealtad De Los Clientes Intermediarios De Colpac En El Estado De Nuevo León* (Tesis De Maestría, Universidad de Montemorelos). Repositorio de UM. <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/152>
- Roman, R. Y Tarazona, M. (2019). *Responsabilidad Social Corporativa Y La Gestión Administrativa De La Empresa Mega Concreto S.A.C., Huaraz, Año 2018* (Tesis Pregrado, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio de UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38009>
- Romero, W. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial Y Corporativa*. Editorial Litocolor.
- Rubio, L. y De Lucas, S. (2018). *Un análisis de los principales indicadores de calidad de los aeropuertos de España, Chile, Brasil Perú*. Editado Por ACCI ediciones
- Ruiz C. (2013). *Instrumentos Y Técnicas De Investigación Educativa Un enfoque*

- cuantitativo y cualitativo para la recolección y análisis de datos.* (3a ed.). Danaga Training and Consulting.
- Ruiz, M. y Deza, M. C. (2018). *Creciendo con productividad – una agenda para la región andina.*
- Saavedra, I. (2010). *Introducción a la sostenibilidad y la RSC.* Editorial Gesbiblo S.L.
- Sánchez, F. (2018). *Calidad total en las organizaciones.* Editorial Elerarning S.L.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2017). *Metodología y diseños en la investigación científica.* Business Support Aneth S.R.L.
- Sánchez, J. E. (2019). *Cadena de valor e innovación.* Editorial IJED.
- Shum, Y. M. (2019). *Marketing digital. Navegando en aguas digitales.* Ediciones de la U
- Solórzano, S. Y Lavayen, K. (2017). *Análisis de responsabilidad social empresarial del sector pesca pymes del Ecuador Zona 8.* (Tesis De Maestría, Universidad De Guanajuato). Repositorio de UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16885/1/AN%C3%81LISIS%20DE%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20DEL%20SECTOR%20PESCA%20PYMES%20DEL%20ECUADOR%20ZONA%208.docx.pdf>
- Solórzano, S. Y Lavayen, K. (2017). *Análisis de responsabilidad social empresarial del sector pesca pymes del Ecuador Zona 8* (Tesis De Maestría, Universidad de Guanajuato). Repositorio de UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16885>
- Suzuki, T. (2017). *TPM en industrias de proceso.* Publicado Sochi Kogyno TPM, Japan institute of plan maintenance.
- Telmo O y Domínguez R. (2017). *Responsabilidad Social Organizacional, Gestión Medición Y Verificación: Su Interrelación A Partir Del Aporte De Las Profesiones De Ciencias Económicas.* Editorial Consejo.
- Valls, W., Román, V., Chica, C. y Salgado, G. (2017). *La calidad del servicio vía*

*segura para alcanzar la competitividad. Mar abierto.* Editorial Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí.

Vise (2016). *Qué significa ser una empresa socialmente responsable.*  
<https://Blog.Vise.Com.Mx/Que-Significa-Ser-Una-Empresa-Socialmente-Responsable>

Vives, A. y Peinado E. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en américa latina.* Fondo multilateral de inversiones (FOMIN)

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Indicadores	Ítems	Metodología				
Responsabilidad social organizacional y la relación que existe con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco, Cusco – 2020	¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020?	Determinar la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020	Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la gestión de calidad en el sector hotelero del Distrito de Cusco – 2020	Responsabilidad Social Organizacional	Dimensión interna	Trabajadores	P1, P2	1=nunca 2=casi nunca 3=A veces 4=siempre 5=casi siempre	Investigación Básica, hipotético-deductiva, cuantitativa y correlacional Diseño: No experimental de corte transversal Población: 35 Muestra censal de 35 colaboradores Técnica: encuesta Instrumento: Cuestionario validado por juicio de expertos Análisis de datos: Programa SPSS v.24 Confiabilidad Se utilizó el alfa de Cronbach
					Accionistas	P3, P4			
	Consumidores	P5, P6							
	Proveedores	P7, P8							
	Dimensión externa	Comunidad local	P9, P10						
	Medio ambiente	P11, P12							
	Factor humano	P 13, P 14							
	Los factores de calidad en la empresa	Factor tecnológico	P 15, P16						
		Factor comercial	P 17, P 18						
	Gestión de calidad	¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020?	Determinar la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020	Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con las necesidades del cliente del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020	Gestión de calidad	Factor medioambiental	P 19, P 20		
Cliente interno vs cliente externo						P 21, P22			
Las necesidades del cliente		Servicio de atención al cliente	P 23, P24						
		satisfacción del cliente según la ISO 9001	P 25, P 26						
Gestión de calidad por procesos		¿En qué medida la Responsabilidad social organizacional se relaciona con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020?	Determinar la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020	Existe relación directa entre la Responsabilidad social organizacional con la Gestión de calidad por procesos del sector hotelero del Distrito de Cusco - 2020	Gestión de calidad por procesos	identificación de procesos	P 27, P28		
						mapa de procesos	P 29, P 30		
descripción de las actividades del proceso	P 31, P 32								



Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Técnica	Instrumento
Gestión de calidad total	Alcalde (2019) indico que la gestión de calidad “Engloba a todas las actividades, tanto internas con externas de la empresa y tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes de personas que trabajan en la organización, accionistas sociedad general”. (p. 184)	La variable gestión de la calidad total es de naturaleza cuantitativa, está compuesto por la dimensión: Los factores de calidad en la empresa, Las necesidades del cliente, Gestión de calidad por los cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.	Los factores de calidad en la empresa  Las necesidades del cliente  Gestión de calidad por procesos	Factor humano Factor tecnológico Factor comercial Factor medioambiental Cliente interno vs cliente externo Servicio de atención al cliente satisfacción del cliente según la ISO 9001 identificación de procesos mapa de procesos descripción de las actividades del proceso	1. nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. siempre	Encuesta	Cuestionario

### Anexo 3: Instrumentos

#### ENCUESTA SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL Y LA RELACIÓN QUE EXISTE CON LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE CUSCO – 2020

La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información sobre la responsabilidad social organizacional y gestión de calidad en el sector hotelero en el distrito de Cusco 2020

**Instrucciones:** a continuación se encuentra una serie de preguntas sobre las cuales debe colocar marcando con una X la respuesta que corresponda. Lee con atención y responda las preguntas con la verdad donde sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Opciones de respuesta:

N=NUNCA	CN=CASI NUNCA	AV=A VECES	CS=CASI SIEMPRE	S=SIEMPRE
1	2	3	4	5

#### Responsabilidad social organizacional

N°	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
<b>DIMENSION INTERNA</b>						
1	la organización desarrolla la responsabilidad del trabajador por medio de capacitaciones					
2	Las opiniones de los empleados sobre responsabilidad social organizacional son tomados en cuenta					
3	la organización incentiva a los inversores y socios a tener una responsabilidad social					
4	los socios promueven que la organización sea reconocida por su buena imagen de empresa responsable					
<b>DIMENSION EXTERNA</b>						
5	los clientes asumen el compromiso de solicitar el uso de materiales biodegradables al momento de la atención					

6	la organización posee procesos de educación, concientización de responsabilidad social					
7	La organización cuenta con plan estratégico de desarrollo y compromiso al personal proveedor					
8	existe capacitaciones a colaboradores para adoptar medidas preventivas eficientes					
9	la organización toma acciones anticipadas por el daño que ocasiono a la comunidad al momento de brindar su servicio					
10	la empresa promueve trabajos de voluntarios en actividades preventivas con el medio ambiente juntamente con sus colaboradores					
11	cuenta con políticas ecológicas con criterios medio ambientalistas al seleccionar proveedores y productos					
12	implementa acciones para la protección del medio ambiente					

## Gestión de calidad

N°	PREGUNTAS	N	CN	AV	CS	S
<b>LOS FACTORES DE CALIDAD</b>						
1	Sus ideas son aceptadas en la organización para mejorar el trabajo					
2	Usted participa constantemente en proponiendo sugerencias al trabajo que se realiza					
3	Usa con mayor frecuencia en la organización tecnología que contribuya a su trabajo					
4	Su trabajo cuenta con sistemas automatizados para reducir el tiempo de producción					
5	los consumidores tienen en cuenta la variedad de productos y servicios que se utilizan en el proceso de prestación del servicio					
6	los consumidores tienen en cuenta la incorporación de insumos elaborados bajo políticas de responsabilidad social					
7	Aceptan los consumidores la incorporación de nuevos insumos dentro de los servicios o productos que brinda su organización					
8	Cree que la organización donde trabaja está preocupada por respetar el medio ambiente					
9	La organización en la que trabaja adapta su procesos de servicios respetando aspectos medio ambientales					
10	Los miembros de la organización permiten el desarrollo sostenible de los servicios que prestan					
11	Considera usted ¿Que su organización consiguió un desarrollo sostenible en la sociedad?					
<b>LAS NECESIDADES DEL CLIENTE</b>						
12	Considera que la organización provee un producto y servicio que satisfacen al cliente					
13	Considera que el personal de la organización está					

	capacitado en atención al cliente					
14	Cree usted que brindan la información concreta y precisa al cliente de parte de personal encargado					
15	La organización cuenta con un buenos productos y servicios para competir con otras empresas hoteleras					
16	La organización hace seguimiento de la percepción que tienen los clientes frente al cumplimiento de sus expectativas					
17	La organización revisa la información de satisfacción del cliente					
18	Cree usted que la organización gestiona la insatisfacción de los clientes con rapidez					
<b>GESTION DE CALIDAD POR PROCESOS</b>						
19	Las actividades de la organización se realizan según los procesos establecidos para la mejor satisfacción del cliente					
20	los procesos fueron establecidos en base a parámetros legales y normativos del sector					
21	Considera usted ¿Que los procesos están claramente establecidos en la organización?					
22	Cree usted ¿Que todos los trabajadores conocen los procesos de la organización?					
23	Considera que los procesos están alineados a la consecución de los objetivos organizacionales					
24	Cree que las actividades de los departamentos toman en cuenta el correcto manejo de residuos inorgánicos					
25	Todos los departamentos colaboran en el manejo de residuos orgánicos					

Anexo 4: Validación de instrumento.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL**

N°	DIMENSIONES/ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		sugerencia
		si	no	si	no	si	no	
	<b>VARIABLE 1: Responsabilidad Social Organizacional</b>							
	<b>DIMENSION 1: DIMENSION INTERNA</b>	si	no	si	no	si	no	
1	¿La organización desarrolla la responsabilidad del trabajador por medio de capacitaciones?	X		X		X		
2	¿Las opiniones de los empleados sobre responsabilidad social organizacional son tomadas en cuenta?	X		X		X		
3	¿La organización incentiva a los inversores y socios a tener una responsabilidad social?	X		X		X		
4	¿Los socios promueven que la organización sea reconocida por su buena imagen de empresa responsable?	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2: DIMENSION EXTERNA</b>	si	no	si	no	si	no	
5	¿Los clientes asumen el compromiso de solicitar el uso de materiales biodegradables al momento de la atención?	X		X		X		
6	¿La organización posee procesos de educación, concientización de responsabilidad social?	X		X		X		
7	¿La organización cuenta con un plan estratégico de desarrollo y compromiso al personal proveedor?	X		X		X		
8	¿Existe capacitaciones a colaboradores para adoptar medidas preventivas eficientes?	X		X		X		
9	¿La organización toma acciones anticipadas por el daño que ocasiona a la comunidad al momento de brindar su servicio?	X		X		X		
10	¿La empresa promueve trabajos de voluntariado en actividades preventivas con el medio ambiente juntamente con sus colaboradores?	X		X		X		
11	¿Cuenta con políticas ecológicas con criterios medio ambientalistas al seleccionar proveedores y productos?	X		X		X		
12	¿Implementa acciones para la protección del medio ambiente?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El cuestionario es Suficiente  
Opinión de aplicabilidad: aplicable (X)    Aplicable después de corregir ( )    No aplicable ( )  
Apellidos y Nombres del Juez Validador. Dr. / Mg.: Indira Yessica Flores Mejica  
DNI: 45542239  
Especialidad del Validador: Lic. Administración, Mag. Administrativa, Esp. Investigación  
<sup>1</sup> pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado: SI CORRESPONDE  
<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup> Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

  
Mag. Indira Yessica Flores Mejica  
CLAD. 08338

Firma del experto informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 GESTION DE CALIDAD**

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 Gestión de calidad								
N°	DIMENSIONES/items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		sugerencia
		si	no	si	no	si	no	
	<b>VARIABLE 2: Gestión de calidad</b>							
	<b>DIMENSION 1: LOS FACTORES DE INFLUENCIA DE LA CALIDAD</b>							
1	¿Sus ideas son aceptadas en la organización para mejorar el trabajo?	X		X		X		
2	¿Usted participa constantemente proponiendo sugerencias al trabajo que se realiza?	X		X		X		
3	¿Usa con mayor frecuencia en la organización tecnología que contribuye a su trabajo?	X		X		X		
4	¿Su trabajo cuenta con sistemas automatizados para reducir el tiempo de producción?	X		X		X		
5	¿Los consumidores tienen en cuenta la variedad de productos y servicios que se utilizan en el proceso de prestación del servicio?	X		X		X		
6	¿Los consumidores tienen en cuenta la incorporación de insumos elaborados bajo políticas de responsabilidad social?	X		X		X		
7	¿Aceptan los consumidores la incorporación de nuevos insumos dentro de los servicios o productos que brinda su organización?	X		X		X		
8	¿Cree que la organización donde trabaja está preocupada en respetar el medio ambiente?	X		X		X		
9	¿La organización en la que trabaja adapta sus procesos de servucción (servicios) respetando aspectos medio ambientales?	X		X		X		
10	¿Los miembros de la organización permiten el desarrollo sostenible en los servicios que prestan?	X		X		X		
11	Considera Ud. ¿Que su organización consiguió un desarrollo sostenible en la sociedad?	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2: LAS NECESIDADES DEL CLIENTE</b>							
12	¿Considera que la organización provee productos y servicios que satisfacen al cliente?	X		X		X		
13	¿Considera que el personal de la organización está capacitado en atención al cliente?	X		X		X		
14	¿Cree usted que brindan la información concreta y precisa al cliente de parte de personal encargado?	X		X		X		
15	¿La organización cuenta con buenos productos y servicios para competir con otras empresas hoteleras?	X		X		X		

16	¿La organización hace seguimiento acerca de la percepción que tienen los clientes frente al cumplimiento de sus expectativas?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
17	¿La organización revisa la información de satisfacción del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
18	¿Cree usted que la organización gestiona la insatisfacción y reclamos de los clientes con rapidez?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>DIMENSION 3: GESTION DE LA CALIDAD POR PROCESOS</b>		<b>si</b>	<b>no</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>si</b>	<b>no</b>
19	¿Las actividades de la organización se realizan según los procesos establecidos para la mejor satisfacción del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
20	¿Los procesos fueron establecidos en base a parámetros legales y normativos del sector?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
21	Considera usted. ¿Que los procesos están claramente establecidos en la organización?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
22	Cree usted. ¿Que todos los trabajadores conocen los procesos de la organización?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
23	¿Considera que los procesos están alineados a la consecución de los objetivos organizacionales?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
24	¿Cree que las actividades de los departamentos toman en cuenta el correcto manejo de residuos inorgánicos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
25	¿Todos los departamentos colaboran en el manejo de residuos orgánicos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El cuestionario es Suficiente  
Opinión de aplicabilidad: aplicable (X)    Aplicable después de corregir ( )    No aplicable ( )  
Apellidos y Nombres del Juez Validador. Dr. / Mg.: Indira Yessenia Flores Mujica  
DNI: 45542239  
Especialidad del Validador: Licenciada en Adm. Maestro en Adm. Esp. en investigación  
<sup>1</sup> pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado: Si corresponde  
<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup> Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Mag. Indira Yessenia Flores Mujica  
CLAD. 08338

**Firma del experto informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL**

N°	DIMENSIONES/items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		sugerencia
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE 1: Responsabilidad Social Organizacional</b>							
	<b>DIMENSION 1: DIMENSION INTERNA</b>							
1	¿La organización desarrolla la responsabilidad del trabajador por medio de capacitaciones?	X		X		X		
2	¿Las opiniones de los empleados sobre responsabilidad social organizacional son tomadas en cuenta?	X		X		X		
3	¿La organización incentiva a los inversores y socios a tener una responsabilidad social?	X		X		X		
4	¿Los socios promueven que la organización sea reconocida por su buena imagen de empresa responsable?	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2: DIMENSION EXTERNA</b>							
5	¿Los clientes asumen el compromiso de solicitar el uso de materiales biodegradables al momento de la atención?	X		X		X		
6	¿La organización posee procesos de educación, concientización de responsabilidad social?	X		X		X		
7	¿La organización cuenta con un plan estratégico de desarrollo y compromiso al personal proveedor?	X		X		X		
8	¿Existe capacitaciones a colaboradores para adoptar medidas preventivas eficientes?	X		X		X		
9	¿La organización toma acciones anticipadas por el daño que ocasiona a la comunidad al momento de brindar su servicio?	X		X		X		
10	¿La empresa promueve trabajos de voluntariado en actividades preventivas con el medio ambiente juntamente con sus colaboradores?	X		X		X		
11	¿Cuenta con políticas ecológicas con criterios medio ambientalistas al seleccionar proveedores y productos?	X		X		X		
12	¿Implementa acciones para la protección del medio ambiente?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia  
Opinión de aplicabilidad: aplicable ( **x** )      Aplicable después de corregir ( )      No aplicable ( )  
Apellidos y Nombres del Juez Validador. Dr. / Mg.: Mg. Michel Jaime Méndez Escobar  
MBA – Administración

DNI: **10797162**

Especialidad del Validador:

<sup>1</sup> pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado: Metodólogo

<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup> Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

27 de octubre del 2020



Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 GESTION DE CALIDAD**

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 Gestión de calidad								
Nº	DIMENSIONES/items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		sugerencia
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>VARIABLE 2: Gestión de calidad</b>							
	<b>DIMENSION 1: LOS FACTORES DE INFLUENCIA DE LA CALIDAD</b>							
1	¿Sus ideas son aceptadas en la organización para mejorar el trabajo?	X		X		X		
2	¿Usted participa constantemente proponiendo sugerencias al trabajo que se realiza?	X		X		X		
3	¿Usa con mayor frecuencia en la organización tecnología que contribuye a su trabajo?	X		X		X		
4	¿Su trabajo cuenta con sistemas automatizados para reducir el tiempo de producción?	X		X		X		
5	¿Los consumidores tienen en cuenta la variedad de productos y servicios que se utilizan en el proceso de prestación del servicio?	X		X		X		
6	¿Los consumidores tienen en cuenta la incorporación de insumos elaborados bajo políticas de responsabilidad social?	X		X		X		
7	¿Aceptan los consumidores la incorporación de nuevos insumos dentro de los servicios o productos que brinda su organización?	X		X		X		
8	¿Cree que la organización donde trabaja está preocupada en respetar el medio ambiente?	X		X		X		
9	¿La organización en la que trabaja adapta sus procesos de servicios respetando aspectos medio ambientales?	X		X		X		
10	¿Los miembros de la organización permiten el desarrollo sostenible en los servicios que prestan?	X		X		X		
11	Considera Ud. ¿Que su organización consiguió un desarrollo sostenible en la sociedad?	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2: LAS NECESIDADES DEL CLIENTE</b>							
12	¿Considera que la organización provee productos y servicios que satisfacen al cliente?	X		X		X		
13	¿Considera que el personal de la organización está capacitado en atención al cliente?	X		X		X		
14	¿Cree usted que brindan la información concreta y precisa al cliente de parte de personal encargado?	X		X		X		
15	¿La organización cuenta con buenos productos y servicios para competir con otras empresas hoteleras?	X		X		X		

16	¿La organización hace seguimiento acerca de la percepción que tienen los clientes frente al cumplimiento de sus expectativas?	X		X		X	
17	¿La organización revisa la información de satisfacción del cliente?	X		X		X	
18	¿Cree usted que la organización gestiona la insatisfacción y reclamos de los clientes con rapidez?	X		X		X	
	<b>DIMENSION 3: GESTION DE LA CALIDAD POR PROCESOS</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
19	¿Las actividades de la organización se realizan según los procesos establecidos para la mejor satisfacción del cliente?	X		X		X	
20	¿Los procesos fueron establecidos en base a parámetros legales y normativos del sector?	X		X		X	
21	Considera usted. ¿Que los procesos están claramente establecidos en la organización?	X		X		X	
22	Cree usted. ¿Que todos los trabajadores conocen los procesos de la organización?	X		X		X	
23	¿Considera que los procesos están alineados a la consecución de los objetivos organizacionales?	X		X		X	
24	¿Cree que las actividades de los departamentos toman en cuenta el correcto manejo de residuos inorgánicos?	X		X		X	
25	¿Todos los departamentos colaboran en el manejo de residuos orgánicos?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia  
Opinión de aplicabilidad: aplicable ( **x** )      Aplicable después de corregir ( )      No aplicable ( )  
Apellidos y Nombres del Juez Validador. Dr. / Mg.: Mg. Michel Jaime Méndez Escobar  
MBA – Administración

DNI: **10797162**

Especialidad del Validador:

<sup>1</sup> pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado: Metodólogo

<sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup> Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

27 de octubre del 2020

  
Firma del Experto Informante.

**Anexo 5: Matriz de datos.**

<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL</b>													
<b>N° Ítems</b>	<b>DIMENSION INTERNA</b>				<b>DIMENSION EXTERNA</b>								<b>TOTAL</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	
Colaborador 1	3	5	4	4	2	2	3	3	3	2	3	3	37
Colaborador 2	3	3	4	5	2	3	4	4	2	3	3	3	39
Colaborador 3	1	4	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	28
Colaborador 4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	1	3	4	38
Colaborador 5	3	2	2	3	2	3	4	3	1	1	2	3	29
Colaborador 6	3	5	5	5	4	5	3	3	5	4	5	5	52
Colaborador 7	3	4	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	35
Colaborador 8	3	4	5	5	3	5	3	3	2	2	3	3	41
Colaborador 9	1	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	19
Colaborador 10	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	37
Colaborador 11	3	3	2	4	1	2	1	2	1	1	1	1	22
Colaborador 12	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	57
Colaborador 13	2	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	35
Colaborador 14	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	53
Colaborador 15	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	57
Colaborador 16	3	4	5	4	3	3	3	4	4	1	4	3	41
Colaborador 17	3	4	3	1	2	3	3	3	3	1	2	3	31
Colaborador 18	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
Colaborador 19	4	2	2	1	5	4	4	1	1	1	2	2	29
Colaborador 20	5	3	3	5	3	3	5	5	5	3	3	4	47
Colaborador 21	4	3	4	2	2	2	3	3	4	1	4	4	36
Colaborador 22	5	5	5	4	4	3	3	4	4	2	4	4	47
Colaborador 23	3	4	4	5	4	4	3	3	4	2	2	3	41
Colaborador 24	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	54
Colaborador 25	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	48
Colaborador 26	3	3	2	4	3	3	3	2	2	1	2	2	30
Colaborador 27	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	52
Colaborador 28	3	2	2	1	3	2	4	2	3	1	2	2	27
Colaborador 29	3	4	4	3	3	2	3	4	4	1	3	4	38
Colaborador 30	3	4	5	5	3	5	3	3	2	2	3	3	41
Colaborador 31	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	57
Colaborador 32	3	4	5	4	3	3	3	4	4	1	4	3	41
Colaborador 33	5	3	3	5	3	3	5	5	5	3	3	4	47
Colaborador 34	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	54
Colaborador 35	3	2	2	1	3	2	4	2	3	1	2	2	27
<b>PROMEDIO</b>													<b>40</b>

GESTION DE CALIDAD																										
N° Ítems	LOS FACTORES DE CALIDAD EN LA EMPRESA											LAS NECESIDADES DEL CLIENTE						GESTION DE CALIDAD POR PROCESOS								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Colaborador 1	5	5	5	4	5	2	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	106
Colaborador 2	4	4	3	2	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	96
Colaborador 3	3	4	5	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
Colaborador 4	4	4	3	2	2	2	3	4	4	4	2	5	4	4	3	2	2	4	4	5	3	3	4	3	3	83
Colaborador 5	4	4	3	1	3	3	3	5	3	5	2	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	86	
Colaborador 6	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	3	109
Colaborador 7	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	91
Colaborador 8	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	113
Colaborador 9	3	4	4	2	2	3	3	5	2	4	1	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	2	2	80
Colaborador 10	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	3	3	100
Colaborador 11	3	4	5	2	3	3	5	1	1	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	86
Colaborador 12	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	119
Colaborador 13	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	5	5	4	3	3	3	3	2	2	76
Colaborador 14	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	108
Colaborador 15	4	4	4	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	116
Colaborador 16	3	3	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	107
Colaborador 17	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	2	2	5	3	4	4	4	4	1	2	77
Colaborador 18	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	91
Colaborador 19	2	3	2	1	2	2	3	2	1	1	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	1	1	63
Colaborador 20	5	3	3	1	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	94
Colaborador 21	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	1	1	93
Colaborador 22	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	112
Colaborador 23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	92
Colaborador 24	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	121
Colaborador 25	5	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	94
Colaborador 26	2	3	4	3	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	79
Colaborador 27	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	120	
Colaborador 28	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	1	55
Colaborador 29	4	4	3	2	2	2	3	4	4	4	2	4	4	4	3	2	2	4	4	5	3	3	4	3	3	82
Colaborador 30	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	113
Colaborador 31	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	119
Colaborador 32	3	3	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	107
Colaborador 33	5	3	3	1	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	94
Colaborador 34	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	121
Colaborador 35	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	1	2	3	3	2	2	2	1	57
PROMEDIO																										95