

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**



**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA  
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA EMPRESA SUPERMERCADOS PERUANOS  
S.A PLAZA VEA DE LA CIUDAD DE TACNA EN EL AÑO 2023**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

Br. CÉSAR JOSUÉ MAMANI ARI

**ASESOR:**

DRA. MARIZOL CANDELARIA ARAMBULO AYALA

Para optar el título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TACNA – PERÚ**

2024

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo César Josué Mamani Ari, en calidad de: Egresado de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI # 70909061 Soy autor de la tesis titulada: *La responsabilidad social empresarial y su relación con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A Plaza vea de la ciudad de Tacna en el año 2023* , teniendo como asesor al **DRA. MARIZOL CANDELARIA ARAMBULO AYALA**.

DECLARO BAJO JURAMENTO:

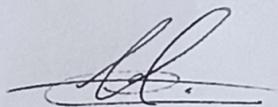
- Ser el único autor del texto entregado para obtener el **Título profesional de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales**, y que tal texto no ha sido plagiado, ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual, como tal no atento contra derecho de terceros.
- Declaro, que la tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor (a) de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

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

reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que  
encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o trabajo de investigación.

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

Tacna, 17 de abril del 2024



---

Bach. César Josué Mamani Ari

DNI: 70909061

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a las personas que están siempre conmigo, por el apoyo constante durante todos estos años de estudio y por la confianza depositada en mí, por ser un excelente ejemplo para mí y por haberme formado de la manera correcta; también a todas aquellas personas que me brindan su apoyo incondicionalmente. Sin estas personas que forman parte de mi vida no sería quien vengo siendo ahora, siempre me dieron un motivo y aliento para seguir adelante a pesar de las dificultades en el camino.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco principalmente a Dios, por permitirme llegar hasta este momento y culminar una etapa de mi vida. Agradecer a las personas que siempre estuvieron ahí, y por todo el apoyo que me han brindado a lo largo de estos años de formación profesional.

Agradecer a la Dra. Marizol Candelaria Arambulo Ayala, por el apoyo correspondiente y la confianza en la elaboración de este trabajo. Agradecer a mis amistades cercanas, que siempre se mantuvieron a mi lado formando parte de todo este largo camino.

## **RECONOCIMIENTO**

La ejecución de esta investigación fue gracias a la ayuda brindada por parte de los empleados de la empresa SUPERMERCADOS PERUANOS S.A PLAZA VEA TACNA quienes me apoyaron de manera eficiente con la resolución de los instrumentos de investigación correspondientes.

## RESUMEN

La tesis se denominó "Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la Gestión del Conocimiento en la empresa Supermercados Peruanos S.A. Plaza Vea de la ciudad de Tacna en el año 2023". La decisión recalcada responde a la investigación a optar el grado de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Privada de Tacna.

El estudio busca "Determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa peruana de supermercados PLAZA VEA S.A. de la ciudad de Tacna, 2023". Para lo cual se plantea utilizar una técnica de tipo básico o puro, nivel relacional o correlacional, diseño no experimental y una muestra de 28 trabajadores de Plaza Vea Tacna. Para esta muestra se utilizó como instrumento de investigación una encuesta.

Tras aplicar una prueba de normalidad a las variables, que indicó que los datos de ambas variables eran normales, se utilizó una regresión lineal para probar la hipótesis. La conclusión del estudio establece el impacto positivo de la responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento en S.A. Plaza Vea, empresa peruana de supermercados ubicada en Tacna, 2023. Así lo demuestra el valor de significación de 0,00, que es inferior a 0,05 e indica una relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento.

Palabras clave: Responsabilidad social Empresarial, gestión del conocimiento, desarrollo sostenible, innovación, impacto social

## ABSTRACT

The thesis was called "Corporate Social Responsibility and its relationship with Knowledge Management in the company Supermercados Peruanos S.A. Plaza Vea in the city of Tacna in the year 2023". The decision emphasized responds to the research to opt for the degree of Bachelor in International Business Administration of the Universidad Privada de Tacna.

The study seeks to "Determine the relationship between Corporate Social Responsibility and knowledge management in the Peruvian supermarket company PLAZA VEA S.A. in the city of Tacna, 2023". For which it is proposed to use a basic or pure type technique, relational or correlational level, non-experimental design and a sample of 28 workers of Plaza Vea Tacna. A survey was used as a research instrument for this sample.

After applying a normality test to the variables, which indicated that the data of both variables were normal, a linear regression was used to test the hypothesis. The conclusion of the study establishes the positive impact of corporate social responsibility and knowledge management in S.A. Plaza Vea, a Peruvian supermarket company located in Tacna, 2023. This is shown by the significance value of 0.00, which is less than 0.05 and indicates a significant relationship between corporate social responsibility and knowledge management.

Key words: Corporate social responsibility, knowledge management, sustainable development, innovation, social impact.

## Índice

DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTOS .....	5
RECONOCIMIENTO.....	6
RESUMEN .....	7
ABSTRACT.....	8
LISTA DE TABLAS .....	11
LISTA DE FIGURAS.....	15
INTRODUCCIÓN .....	16
CAPITULO I .....	17
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1. Identificación y determinación del problema.....	17
1.2. Formulación del problema. ....	20
1.2.1. Problema general .....	20
1.2.2. Problemas específicos.....	21
1.3. Objetivos: generales y específicos. ....	21
1.3.1. Objetivo general.....	21
1.3.2. Objetivos específicos .....	21
1.4. Justificación, Importancia y alcances de la investigación.....	22
1.4.1. Justificación .....	22
1.4.2. Importancia .....	23
1.4.3. Alcances.....	24
1.4.4. Limitaciones.....	24
CAPITULO II.....	25
II. MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. Antecedentes del estudio.....	25
2.1.1. Ámbito local.....	25
2.1.2. Ámbito nacional.....	27
2.1.3. Ámbito internacional .....	30
2.2. Bases teóricas - científicas. ....	33
2.2.1. Fundamentación teórica de La responsabilidad Social Empresarial.....	33
2.2.2. Fundamentación teórica sobre la Gestión del conocimiento. ....	39
2.3. Definición de términos básicos. ....	46
2.4. Sistema de hipótesis. ....	48
2.4.1. Hipótesis general.....	48
2.4.2. Hipótesis específicas.....	49

2.5. Sistema de variables .....	50
CAPITULO III.....	52
III. METODOLOGÍA .....	52
3.1. Tipo de investigación. ....	52
3.2. Diseño de investigación. ....	52
3.3. Población y muestra. ....	52
3.3.1. Población.....	52
3.3.2. Muestra .....	53
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	53
3.4.1. Técnicas .....	53
3.4.2. Instrumentos.....	53
3.5. Técnicas de procesamiento de datos. ....	53
3.6. Selección y validación de los instrumentos de investigación. ....	54
CAPITULO IV.....	55
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	55
4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros. ....	55
4.1.1. Análisis de confiabilidad del instrumento.....	55
4.1.2. Coeficiente de alfa de Cronbach.....	55
4.1.3. Coeficiente alfa de Cronbach de la variable Responsabilidad Social empresarial .	56
4.1.4. Coeficiente alfa de Cronbach de la variable Gestión del conocimiento .....	56
4.2. Presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc. ....	57
4.2.1. Tabla de frecuencia de la variable responsabilidad social empresarial .....	57
4.2.2. Tablas de frecuencia de la variable gestión del conocimiento.....	77
4.3. Contraste de hipótesis.....	93
4.3.1. Prueba de normalidad .....	93
4.3.2. Prueba de normalidad para la variable responsabilidad social empresarial.....	93
4.3.3. Prueba de normalidad para la variable gestión del conocimiento.....	94
4.3.4. Verificación de las hipótesis. ....	94
4.4. Discusión de resultados.....	101
CONCLUSIONES .....	104
RECOMENDACIONES .....	106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	107
APÉNDICE.....	112

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de variable Responsabilidad Social Empresarial</i> .....	50
Tabla 2 <i>Operacionalización de variable de Gestión del Conocimiento</i> .....	51
Tabla 3 <i>Escala de medición del Alpha de Cronbach.</i> .....	55
Tabla 4 <i>Estadísticas de fiabilidad alfa de Cronbach de la variable RSE.</i> .....	56
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad alfa de Cronbach de la variable Gestión del conocimiento.</i> ..	56
Tabla 6 <i>La empresa Plaza Vea, fomenta la formación y el desarrollo profesional de los trabajadores tanto administrativos como los operadores de planta.</i> .....	57
Tabla 7 <i>La empresa Plaza Vea, emplea mecanismos para medir la satisfacción de sus trabajadores y proveedores.</i> .....	58
Tabla 8 <i>La empresa Plaza Vea, toma medidas con sus colaboradores cuando hay una sobrecarga laboral.</i> .....	59
Tabla 9 <i>La empresa Plaza Vea, promueve y facilita a que sus colaboradores realicen acciones de proyección social favor de la sociedad.</i> .....	60
Tabla 10 <i>En su entorno laboral, usted está satisfecho con el trato recibido por parte de su jefe directo.</i> .....	61
Tabla 11 <i>La empresa Plaza Vea promueve programas de apoyo que ofrece el equilibrio entre la vida y el trabajo como: vestimenta adecuada dentro de las instalaciones, horarios flexibles, política de familia e hijos.</i> .....	62
Tabla 12 <i>Uno de los principales principios de la empresa Plaza Vea es proporcionar productos de calidad a sus clientes</i> .....	63

Tabla 13 <i>Los productos de la empresa cumplen con las normas de calidad nacional e internacional</i> .....	64
Tabla 14 <i>La empresa Plaza Vea respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones</i> .....	65
Tabla 15 <i>Considera usted que la actividad comercial es determinante para desarrollar responsabilidad económica.</i> ....	66
Tabla 16 <i>En Plaza Vea se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.</i> .....	67
Tabla 17 <i>La empresa Plaza Vea, se preocupa por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores.</i> .....	68
Tabla 18 <i>Considera usted que el incentivo económico es determinante para desarrollar responsabilidad económica.</i> .....	69
Tabla 19 <i>La empresa cumple con sus beneficios sociales de manera continua</i> .....	70
Tabla 20 <i>La empresa Plaza Vea fomenta y capacita sobre la buena segregación de residuos sólidos tanto peligrosos como no peligrosos y/o RAAE.</i> .....	71
Tabla 21 <i>La empresa implementa programas para proteger el medio ambiente.</i> .....	72
Tabla 22 <i>La empresa cuenta con el equipo, la tecnología e infraestructura necesaria para reducir sus efectos ambientales.</i> .....	73
Tabla 23 <i>Considera usted que la mejora continua es determinante para desarrollar responsabilidad ambiental.</i> .....	74
Tabla 24 <i>En Plaza Vea se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambientes y personas responsables de su ejecución.</i> .....	75

Tabla 25 <i>La empresa participa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente.</i> .....	76
Tabla 26 <i>La empresa fomenta la compartición de conocimiento tácito relacionado con las proyecciones y metas del negocio.</i> .....	77
Tabla 27 <i>¿Considera que el conocimiento tácito de sus colegas contribuye al éxito de las proyecciones comerciales?</i> .....	78
Tabla 28 <i>La empresa facilita el intercambio de conocimientos técnicos entre los empleados ....</i>	79
Tabla 29 <i>¿Se siente respaldado por la empresa en términos de asistencia técnica cuando lo necesita?</i> .....	79
Tabla 30 <i>¿Existe un ambiente propicio para la colaboración entre diferentes tipos de personal en la empresa?</i> .....	80
Tabla 31 <i>¿Considera que la diversidad de habilidades del personal contribuye al conocimiento tácito en la organización?</i> .....	81
Tabla 32 <i>¿Se alienta la internalización del conocimiento tácito adquirido en el día a día?</i> .....	82
Tabla 33 <i>¿Siente que la experiencia acumulada por el personal se valora y utiliza de manera efectiva?</i> .....	82
Tabla 34 <i>La empresa brinda oportunidades adecuadas de capacitación para desarrollar conocimientos tácitos.</i> .....	83
Tabla 35 <i>¿Considera que la asistencia a capacitaciones mejora el conocimiento tácito de los empleados?</i> .....	84
Tabla 36 <i>¿Se promueve y reconoce el uso de mejores prácticas dentro de la empresa?</i> .....	85
Tabla 37 <i>¿Considera que la documentación de mejores prácticas mejora la eficiencia en el trabajo?</i> .....	85

Tabla 38 <i>La empresa facilita el acceso y uso de plataformas de información para compartir conocimiento explícito</i> .....	86
Tabla 39 <i>¿La plataforma de información utilizada por la empresa contribuye a su conocimiento y desempeño laboral?</i> .....	87
Tabla 40 <i>¿Existe una clara documentación de los procesos clave que se desarrollan en la empresa?</i> .....	87
Tabla 41 <i>¿El conocimiento explícito de los procesos facilita la toma de decisiones y la resolución de problemas?</i> .....	88
Tabla 42 <i>La empresa tiene procedimientos claramente documentados para diversas actividades.</i> .....	89
Tabla 43 <i>¿La existencia de procedimientos documentados facilita la estandarización de las operaciones?</i> .....	90
Tabla 44 <i>¿Se comparten de manera efectiva los datos relevantes de la organización entre los empleados?</i> .....	91
Tabla 45 <i>¿La disponibilidad de datos contribuye a la toma de decisiones informadas en su área de trabajo?</i> .....	92
Tabla 46 <i>Pruebas de normalidad Responsabilidad Social Empresarial</i> .....	93
Tabla 47 <i>Pruebas de normalidad gestión del conocimiento</i> .....	94
Tabla 48 <i>Correlaciones verificación de la hipótesis general</i> .....	95
Tabla 49 <i>Correlaciones Verificación de las hipótesis específica 1</i> .....	97
Tabla 50 <i>Correlaciones Verificación de la Hipótesis Específica 2</i> .....	98
Tabla 51 <i>Correlaciones Verificación de la hipótesis específica 3</i> .....	100
Tabla 52 <i>Matriz de consistencia</i> .....	112

Tabla 53 <i>Cuestionario</i> .....	116
------------------------------------	-----

### **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 <i>Dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial</i> .....	38
Figura 2 <i>Modelo SECI (Socialización, Externalización, Combinación, Interiorización)</i> .....	44

## INTRODUCCIÓN

Las organizaciones se han vuelto cada vez más esenciales en la sociedad en los últimos años. Grandes, pequeñas y medianas empresas se ven afectadas por el cambiante panorama económico, social y medioambiental porque cada vez son más cruciales para el éxito a nivel nacional e internacional. Las grandes empresas, por su parte, respetan por igual la moral y la ética para aumentar sus ventas y expandirse en el tiempo.

Es debido a que la sociedad proporciona mano de obra a cambio de una compensación y la utiliza para sus necesidades lo que hace que el movimiento económico por el impacto medioambiental haga que las empresas necesiten recursos para expandirse. Sin embargo, sin la responsabilidad social en las empresas y el conocimiento en gestión, no pueden crecer y convertirse en una organización estable basada en el conocimiento en los ámbitos económico, social, y medioambiental, haciendo de este su punto más débil dentro de la organización al conseguir únicamente objetivos de beneficio sin tener en cuenta sus consecuencias.

Para comprender mejor si es crucial para los empleados que la empresa sea socialmente responsable y gestionar mejor sus conocimientos, nos proponemos investigar si encontramos una conexión entre gestionar los conocimientos y la responsabilidad social de las empresas en Tacna, en supermercado PLAZA VEA S.A. de Perú.

## CAPITULO I

### I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Identificación y determinación del problema.

Según (Cardozo, 2003) Trata el tema de la conversación y la interacción entre civilizaciones en las interacciones que conducen a un comportamiento responsable desde un punto de vista sistemático y amplio, además de abarcar los ámbitos social, económico y medioambiental, esto facilita la tolerancia de los bienes y las plazas comerciales a nuevas formas de expansión, en la Responsabilidad social empresarial destacando la competitividad para ser mejores. También hace factible la adaptación a los procedimientos de gestión que actualmente son un plan corporativo.

Por otro lado (Solis, 2015) declara que superar la cautela estricta del bien y la expansión de empleo para adaptar su función de agente de cambio aumenta la competitividad y promueve el aumento de la comunidad en la que opera.

Ahora si bien sabemos que en el ámbito internacional la responsabilidad social es más utilizada y resaltada por muchas empresas, según (Olcese & Alfaro, 2016) Las responsabilidades sociales en las empresas es novedad por parte paradigma de la actividad organizacional que pretende garantizar el desarrollo económico a largo o corto plazo en los sectores social, económico y medioambiental. Y el principal culpable sería la pésima conducta dentro de las organizaciones en el aspecto económico y financiero de los dueños.

En el Perú en el año 2021 ya se está extendiendo la exigencia de que organizaciones adecuen lo que es específicamente responsabilidad social en el empresarial manejo de herramienta con gestión y trabajo para los empresarios y la población, porque los beneficios que brinda son un

ámbito de equilibrio social y de sostenibilidad empresarial. Por consiguiente, la responsabilidad social empresarial en Perú se define a manera el estilo ético de gestión que conlleva la integración de las expectativas de todos los conjuntos asociados a la organización, con el fin de lograr un crecimiento sostenible, y la causa de esto es mayoritariamente de ámbito social, la incompreensión de esto según (Canessa & García, 2021).

En este caso viendo en el ámbito local sabiendo exactamente como se ve en el ámbito internacional y nacional es claro decir que no contamos con muchos conocimiento sobre la Responsabilidad Social Empresarial y también sin tener practica de esta o poca realización de la misma dentro de las empresas locales , es por eso que (Roccheti, Medina, Olivera, & Gambini , 2010) el plan de la empresa se basa en el concepto de que hay empresas ejecutoras en la región de Tacna que emplean la Responsabilidad Social Empresarial de forma regular, por lo que tener estrategias similares es importante para influir en más organizaciones y empresas relevantes en el área local.

En los últimos tiempos, los programas de responsabilidades sociales en las empresas se han convertido en esenciales para las empresas, ya que reúnen a la dirección y a sus partes para mantener relaciones positivas con todas las partes interesadas, fomentando la creciente necesidad de crecimiento empresarial. (Vázquez, 2012)

Según la (Cámara de Comercio de España, s.f.) Primordialmente las adaptaciones en Gestión en el Conocimiento es garantizar que ninguna organización tenga que repetir el mismo proceso para ninguna actividad ni resolver el mismo problema dos veces. Por ello, la Gestión del Conocimiento capitalizará lo aprendido, ya sea en el éxito o en el fracaso. También nos dice que para gestionar eficazmente el conocimiento es necesario organizar, capturar, identificar o aglomerar a los trabajadores con conocimiento y convertirlo en activo que pudiera expandirse.

Por otro parte (Santa Cruz, Córdova, Cruz, & Villegas, 2022) afirman a la gestión en el conocimiento en el Perú forma parte esencial para favorecer la conformidad en las empresas, es por ello que en las empresas públicas, las operaciones de gestión del conocimiento, como la creación, adquisición, desarrollo, intercambio, difusión, uso, preservación y protección del capital intelectual o del conocimiento, no son competencia exclusiva de ningún departamento o empleado.

Aunque ya hemos hablado de los niveles nacionales e internacionales, algunas organizaciones sectoriales ya están desarrollando la gestión del conocimiento a nivel local (Gallego & Rave, 2022) nos habla que la gestión del conocimiento en Tacna es totalmente académico y empresarial y que cada vez es más importante dentro de la estructura organizacional y en el diseño de las estrategias resultantes a manejo de la información necesaria para producir mejores soluciones académicas y empresariales.

La responsabilidad Social Empresarial mejor conocida por su abreviatura (RSE) está dejando de ser un tema de atención o mejor dicho de interés para las empresas privadas o públicas y de sectores terceros ya sea su tamaño, ubicación y objetivo empresarial, están tienen que ser socialmente responsables.

No obstante, la expresión "responsabilidad social de las empresas" sigue siendo relativamente desconocida e infrutilizada en las empresas peruanas, es por tal motivo que la responsabilidad social debe atenderse como un modelo que se debe actuar, y que las organizaciones decidan adoptar de manera voluntaria.

Por ello, no sólo afecta a la colectividad de interés asociados a las empresas, en si también al negocio o, en este caso, a las propias organizaciones, plasmando una serie de programas, proyectos y prácticas en beneficio.

A partir de esta podemos observar la gestión del conocimiento en el Perú ya que ha sido promovida por distintas organizaciones e instituciones, pero no en todas las organizaciones dentro de estas las empresas privadas grandes que es un punto a recalcar y por tal motivo investigamos saber más de esta.

En la actualidad la ciudad de Tacna no cuenta con mucha información o capacitación para que los emprendedores puedan implementar este tipo de gestión, la cual beneficiaría a estos mismos.

Con 22 años de historia, Supermercados Peruanos S.A. PLAZA VEA es una empresa distribuida por todo el Perú, principalmente en las principales ciudades del país. Entre su oferta se encuentran productos de panadería, embutidos, lácteos, carnes, cuchillería y artículos de limpieza. A pesar de que esta corporación tiene una fuerte presencia en todo Perú, examinaremos de cerca sus prácticas en como gestionan el conocimiento al igual que sus Responsabilidades Sociales empresariales.

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del Conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A. PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A. PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A. PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A. PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?

### **1.3. Objetivos: generales y específicos.**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A. PLAZA VEA de la ciudad de Tacna ,2023

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Definir la relación entre la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

- Establecer la relación entre la dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

- Determinar la relación entre la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

#### **1.4. Justificación, Importancia y alcances de la investigación.**

##### **1.4.1. Justificación**

El objetivo de la investigación es comprender cómo PLAZA VEA S.A., una cadena peruana de supermercados, gestiona su responsabilidad social empresarial y cómo se relaciona con la gestión del conocimiento. El estudio se justifica por la fuerte presencia de PLAZA VEA S.A. en Tacna:

##### Relevancia Económica

RSE dentro de la investigación nos ayudará a tener el conocimiento si afecta a la toma de decisiones del representante económico de la sociedad o este concepto ayuda positivamente para el bien de la empresa, resaltando por encima el bien de la sociedad.

En este caso la RSE es el encargado para el crecimiento de muchas empresas y sociedades para su productividad, es por ende que entienden que está ligado a la mejora de calidad de vida de las comunidades.

### Relevancia Metódica

Utilizando la encuesta para recopilar datos de referencia, los resultados entre la gestión del conocimiento y RSE mejorarían considerablemente, ya que las conclusiones animarán a las sociedades a adoptar una mentalidad y una forma de pensar más sostenibles con respecto al medio ambiente.

### Relevancia Social

La comunidad, los proveedores, los consumidores y otras partes interesadas se tienen muy en cuenta en esta investigación sobre la RSE, ya que algunos pueden verse afectados si no se desarrollan bien dentro de las mismas relaciones comunitarias perjudiciales en otras ocasiones (Valenzuela Jiménez, 2004).

El bien en la sociedad se desarrolla manteniendo valores morales y medioambientales que protejan y promuevan el bien común, actuando con decencia, teniendo en cuenta la economía, la sociedad y el medio ambiente, (Rodríguez González, Cabrera Rodríguez, & FríasValdivia, 2018)

### **1.4.2. Importancia**

Es fundamental comprender la RSE y cómo permite a las empresas promover un avance humano saludable a través de su dedicación a los elementos asequibles, sociales y medioambientales realizados, así como de las posibilidades que ofrecen a sus empleados. Tienen una fuerte influencia positiva en las condiciones de trabajo y, por tanto, crean vínculos con un buen ambiente de trabajo.

Por la misma parte dando luz a la gestión del conocimiento ya que por esta parte transmite habilidades a los mismos empleados que parte de la base del buen conocimiento de estos mismos creando, fomentando el trabajo en equipo y una inteligencia competitiva.

### **1.4.3. Alcances**

Este estudio se centra exclusivamente en PLAZA VEA S.A., una cadena peruana de supermercados ubicada en la ciudad de Tacna. El estudio pretende medir la percepción que tienen los empleados de la RSE, su conexión con la gestión del conocimiento y las ventajas que ofrece a la empresa en términos de crecimiento y éxito.

### **1.4.4. Limitaciones**

No habrá restricciones en el estudio ni limitaciones.

## CAPITULO II

### II. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes del estudio.

##### 2.1.1. Ámbito local

- (Vilca, 2023) El objetivo del estudio "Determinación de la relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C." fue conocer si existe una relación significativa entre ambas variables. Para ello, Para conocer el nivel de relación entre dos sucesos o eventos registrados en una misma muestra de dos variables de estudio, se administró preguntas estructuradas a los subordinados de Frigoríficos Kobefood S.A.C. El análisis realizado permitió confirmar la existencia de esta relación y determinar si era significativa. La RSE sirve como prueba de importancia, y la rivalidad empresarial acaba determinando el nivel adecuado. Responsabilidad social de las empresas Podría considerarse un catalizador de la expansión y la competencia empresarial. Con la esperanza de que sus esfuerzos conduzcan al éxito competitivo, es fundamental que las empresas del sector alimentario comprendan el potencial de la responsabilidad social y cómo gestionar sus recursos de forma responsable. En la actualidad, el desarrollo sostenible se guía por la responsabilidad social de las empresas.

- (Perez, 2023) Su tesis afirma que "La responsabilidad social empresarial y su relación con la decisión de compra virtual de los consumidores de plaza vea, año 2022" El tema de investigación que discute tiene como objetivo determinar la correlación entre. En 2022, las opciones de los clientes en el sector minorista de Vea y la responsabilidad social de las empresas. Las observaciones finales enfatizan reconoce que las empresas consideran la responsabilidad social

como una herramienta y subraya la necesidad de evaluar la responsabilidad social de las empresas con respecto tanto a las empresas como a los consumidores. Las empresas tendrían que diseñar sus operaciones con el resultado de un presupuesto dividido, una economía rotativa y la sostenibilidad ambiental en mente. El coeficiente de correlación de Rho spearman se empleó para las pruebas de hipótesis, de acuerdo con los resultados del estudio.

-En la investigación de (Wong, 2023) Titulada “Gestión del conocimiento y su incidencia en la innovación de los emprendimientos rurales inclusivos del proyecto Haku Wiñay de la región Tacna, año 2022” En este estudio se buscó determinar cómo la gestión del conocimiento afectó las ideas innovadoras de los empresarios rurales inclusivos involucrados en el proyecto Haku Wiñay de la región Tacna en 2022. Esta investigación es de tipo básico, aunque la metodología de estudio es no experimental, transversal, predictiva y analítica; en este caso, el grado de explicación es explicativo. La población y la muestra del estudio son 86 empresarios rurales inclusivos de Haku Wiñay. La actividad del cuestionario se consideró apropiada, y el análisis descriptivo y las regresiones lineales en las tablas y figuras apoyaron la hipótesis de investigación.

En las conclusiones se destacan los siguientes ámbitos: la innovación empresarial (60,5%), la innovación de productos (60,5%), la innovación de marketing (59,3%) y la innovación de modelos de negocio (67,4%) se sitúan en un nivel medio, mientras que la gestión del conocimiento (64%), la innovación de conocimientos actuales (61,6%), la transferencia y el almacenamiento (64%), las aplicaciones en uso (57%) y la formación (67,4%) se sitúan en un nivel medio. El estudio llegó a la conclusión de que la creatividad de los empresarios se ve significativamente afectada por la gestión del conocimiento. La innovación equivale a  $0,370 + 0,982$  de gestión del conocimiento, según el modelo de regresión lineal, que tiene un coeficiente de determinación de  $R^2 = 0,966$  VALOR  $P = 0,000 < 0,05$ .

- (Chambe, 2023) su estudio titulado “La gestión del conocimiento y las estrategias de ventas de prendas de vestir para damas en el centro comercial mercadillo Bolognesi, Tacna 2022” Determinar el vínculo entre la gestión del conocimiento y las estrategias en venta de ropa femenina en el Centro Comercial Mercadillo Bolognesi de Tacna 2022 fue el objetivo principal del estudio. 52 negocios de Mercadillo Bolognesi conforman la muestra de esta investigación básica no experimental de corte transversal y correlacional con nivel explicativo. La variable dependiente, estrategias de venta, tiene un valor de coeficiente Alfa de Cronbach de 0,905, mientras que la variable independiente, gestión del conocimiento, tiene un valor de 0,853. Se mostró que la gestión del conocimiento y las tácticas de venta están directa y fuertemente correlacionadas  $p=0,001$ ;  $r=0,618$ . Sin embargo, se demostró que existe una similitud positiva con intensidad favorable entre la cultura organizativa y las técnicas de venta  $p=0,022$ ;  $r=0,631$ , el capital intelectual  $p=0,025$ ;  $r=0,527$  y la tecnología de la información  $p=0,020$ ;  $r=0,493$ . El estudio presenta un nivel de confianza del 95%.

### **2.1.2. Ámbito nacional**

La investigación de (Quispe & Raymundo, 2023) titulada “Influencia de la responsabilidad social empresarial en el valor de marca de la empresa La Baguettería & Delicatezze SAC, Piura, 2022” El objetivo del estudio es concluir si la RSE y el valor de marca de una organización están relacionados. La investigación utiliza una metodología aplicada que considera el valor de marca como correlacional, no experimental en el diseño; población 1500 individuos los cuales se resaltó que son los mismos clientes de la empresa y con muestra fueron 306 clientes. Para el desarrollo del estudio empleó una encuesta de 16 ítems cuyas dimensiones coincidían con las de las variables del estudio. Para elaborar este instrumento se utilizó una escala de Likert con cinco alternativas de respuesta que apoyaban la consecución de las metas de cada uno de los objetivos enumerados.

En definitiva, este estudio concluye que las variables de RSE y estima de notoriedad tienen vínculo favorable con un bajo grado de significación  $\text{Sig.} < 0,001$  y un coeficiente Rho de Pearson de 0,485. Se sugiere un aumento de la responsabilidad social de las empresas también se traduce en un aumento del valor de marca.

- (García & Leyva, 2022) en “Responsabilidad social empresarial y la equidad de marca del retail Saga Falabella - Piura, 2021” El objetivo del estudio fue no experimental y correlacional, en el año 2021, la relación entre el valor de las marcas de la tienda Falabella en Piura y la responsabilidad social de la empresa. Con el propósito de analizar lo que estamos a determinar, la investigación utilizó un solo tipo de población: 384 clientes de la tienda Saga Falabella conformaron la muestra; así juntar documentos en necesidad se utilizó ítems en cuestionario con una escala de Likert. Esto permitió a los investigadores marcar los puntos frágiles del proyecto y ofrecer sugerencias de mejora, así como conocer el estado real de las iniciativas de RSE y la impresión que compradores tienen de ellas. La prueba de correlación de Pearson reveló una relación de 0,530 entre la responsabilidad social de las empresas y los valores de las marcas minoristas, lo que respalda la hipótesis de que existe una relación entre ambas.

- (Alvarado, 2022) en su trabajo de tesis “Gestión del conocimiento y herramientas de tecnologías de la información de una ONG de alumnos asociados de Ingeniería, de la ciudad de Trujillo 2021” Se utilizó estudio no experimental y un diseño correlacional causado por las variables dependientes, independientes. El estudio queda formado por veinte profesores y ciento cincuenta alumnos elegidos por muestreo de conveniencia. Lo principal es conocer la relación entre la gestión del conocimiento y las herramientas informáticas de la ONG 100% Ingenieros de los estudiantes de ingeniería asociada de la ciudad de Trujillo 2021. En el estudio de correlación se utilizaron el cuestionario de gestión del conocimiento, la herramienta de tecnología de la

información y el estadístico Rho de Spearman, que arrojó datos que muestran que la dimensión de generación de conocimiento y uso de tecnología mantiene un coeficiente de (0,314). Del mismo modo, la transmisión de conocimientos y el tratamiento de la información arrojan un valor de 0,400. Del mismo modo, se obtuvo un coeficiente de 0,500 para la aplicación de conocimientos y la presentación de resultados. Sobre la base del estadístico Rho Spearman (0,324), concluimos que el conocimiento en gestión y las herramientas informáticas tienen una asociación algo positiva. Esto declara que la hipótesis negativa es rechazada y la alternativa es apoyada.

-En el estudio de (Álvarez, Reyes, & Marita, 2023) titulada “El principal objetivo del presente trabajo de investigación es Determinar la relación que existe entre la gestión del conocimiento y la innovación organizacional en la empresa Constructora Kapricornio SRL – Trujillo, 2021” En este estudio no experimental de alcance descriptivo correlacional, se utilizó una técnica cuantitativa para demostrar correlación entre el conocimiento en gestión y la creatividad organizativa. Para facilitar el tratamiento de los datos, se administraron dos cuestionarios en escala de Likert a una muestra de 72 empleados; las alfas de Cronbach de validez y fiabilidad de los instrumentos son 0,987 y 0,984. Se utilizó el estadístico de Kolmogorov-Smirnov para determinar que los datos no tenían una distribución normal, lo que hizo necesario el uso de estadística no paramétrica para relacionar las variables del estudio, como la RHO de Spearman. Una vez procesados y analizados los datos con el programa estadístico SPSS versión 25 para Windows, se llegó a las siguientes conclusiones:  $r=0,919$  entre innovación organizativa y gestión del conocimiento, y  $r=0,896$  entre innovación y generación de conocimiento organizativa,  $r=0,919$  entre el aprendizaje continuo y la creación organizativa, y  $r=0,939$  entre la gestión de las competencias individuales y la creación.

### 2.1.3. **Ámbito internacional**

- (Hernández J. P., 2023) en su estudio de tesis “Responsabilidad social empresarial y su efecto en el desempeño financiero: Evidencia para compañías de mercados emergentes” El objetivo es descubrir la similitud entre el éxito financiero a una muestra a empresas de mercados en desarrollo y sus políticas de RSE. Existen pruebas contradictorias en la literatura sobre cómo las marcaciones ESG -que se utilizan sustitutos de la RSE- afectan al éxito monetario bancario en empresas. Una forma de verlo es que un menor riesgo empresarial se traduce en un mayor éxito financiero. Por otro lado, otras opiniones sostienen que cuando las prácticas ESG son obligatorias por ley, el rendimiento no se ve afectado. Nuestros hallazgos lo demuestran utilizando una muestra de empresas incluidas en el índice MSCI - EM para los años 2017 al 2020. Manejando datos de canales de equilibrado con control a nivel de multiplex para variables fijas, los resultados muestran una asociación mixta entre el rendimiento financiero ROA a la vez ROE y la responsabilidad social corporativa RSE medida por las calificaciones ESG para una muestra de 853 empresas. Además, se ha demostrado que el factor de gobierno corporativo es el que más repercute en el ROA.

-En la investigación de (Soto, 2021) titulada “Proceso de Reclutamiento y Selección de Personas como eje vinculante de la Responsabilidad Social Empresarial” Arauco recalca como empresa multinacional se ha diversificado, ha entrado en el sector forestal. Con fin de reforzar el suministro vivo en la región y, además, aumentar la empleabilidad y la capacidad de emprendimiento dentro de las comunidades directamente involucradas en el proyecto, una de sus inversiones más recientes, el Proyecto de Modernización y Ampliación de la Planta Arauco (Proyecto MAPA), ha incluido el reclutamiento, selección y capacitación de trabajadores locales dentro de sus aspectos de responsabilidad social empresarial. Prueba de ello fue la creación de una red cooperativa que dio preferencia al empleo local entre contratistas, grupos no gubernamentales

y el proyecto MAPA. Sin embargo, los resultados de la estrategia entre los diversos contratistas que trabajan actualmente en el proyecto pueden considerarse incoherentes, ya que algunos proyectos tienen éxito y otros fracasan estrepitosamente. Esto lleva a preguntarse qué elementos subjetivos influyen en la ejecución de la estrategia y cómo varía en función de quién participa en el proceso. En consecuencia, el estudio opta por investigar la siguiente cuestión: ¿Cuáles son los relatos que las partes involucradas en la contratación, elección y capacitación de mano de obra local utilizan para explicar el enfoque y cómo éste afecta la responsabilidad social empresarial de Arauco? A la luz de lo anterior y del reciente inicio del proyecto – Este artículo ofrece una investigación exploratoria cuyo objetivo principal es identificar los diferentes valores y motivos que los actores utilizaron en el enfoque de responsabilidad social corporativa del proyecto MAPA Arauco para contratar, seleccionar y capacitar a la población local. debido a una capacidad restringida para evaluar suficientemente sus efectos sobre la empleabilidad. Se incluyen en la investigación dos (2) empresas contratistas para aumentar la variabilidad de los actores. Estas empresas serían consideradas como exitosas o no exitosas en sus esfuerzos por reclutar, capacitar e integrar recursos humanos locales en base a criterios específicos. Este estudio explica algunos aspectos relacionados que apoyan o mantienen una adecuada ejecución y la sostenibilidad del mercado laboral regional, en lugar de ceñirse a una técnica de análisis comparativo entre empresas. En el diseño cualitativo para la recogida de datos se utilizarán entrevistas semiestructuradas con informantes clave implicados en la empleabilidad de estas empresas, así como con otros entrevistados pertinentes (organizaciones no gubernamentales intermediarias). En conclusión, se cree que los resultados del estudio podrían mejorar las estrategias de empleabilidad utilizadas por los departamentos locales de recursos humanos, al tiempo que servirían de modelo para otras empresas comparables que deseen emular o aplicar prácticas comparables de RSE.

- (Martínez, 2019) en su tesis titulada “Prácticas de gestión del conocimiento en la relación entre dirigentes y equipo de salud en el marco del Programa de Participación de un Cesfam de la zona Sur de Santiago” El propósito de este estudio es investigar las técnicas de gestión del conocimiento aplicadas en la Zona Sur de Santiago en el Programa de Participación del CESFAM entre dirigentes sociales y el equipo de salud. Además, se harán recomendaciones para integrar técnicas La importancia del estudio proviene de la necesidad de reconocer a los miembros de la comunidad como productores de conocimiento y de proteger esta riqueza de datos con el fin de mejorar la participación real de los miembros de la comunidad en las decisiones sobre cuestiones sociales y sanitarias que afectan a su salud física y mental. La importancia del estudio proviene de la necesidad de reconocer a los miembros de la comunidad como productores de conocimiento y de proteger esta riqueza de datos para aumentar la participación real de los miembros de la comunidad en las decisiones sobre cuestiones sociales y sanitarias que afectan a sus comunidades. El análisis de contenido cualitativo posterior a la entrevista incluyó categorías basadas en el Modelo de Gestión del Conocimiento para Programas de Participación Comunitaria como parte de la técnica cualitativa. Las conclusiones se demostraron que técnicas fueron eficientes a la de gestión del conocimiento, en las que influyen variables relacionales e institucionales, aún no están formalizadas dentro del programa de participación.

-En el trabajo de investigación de (García, 2019) con el título de “Gestión del conocimiento y eficiencia en proyectos. Caso empresa ROBUSPACK” El presente estudio se llevó a cabo en Robuspack, organización inscrita en el folio 1700058 del Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT), administrado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), y codificada 333249 en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). Sus problemas se derivan de la ineficacia de sus iniciativas, que

provocan retrasos en el desarrollo de productos y sobrecostos. Así pues, elegir y aplicar un modelo de gestión del conocimiento, obtener una técnica de gestión de proyectos coherente y evaluar su efecto en la eficacia de los proyectos en Robuspack fueron los objetivos de este estudio. Este estudio, que utilizó una técnica cuantitativa, produjo una comparación entre los resultados históricos de eficacia y los de un proyecto piloto en el que se aplicó la metodología normalizada de gestión de proyectos. Al aumentar la eficacia global, el presupuesto y la duración de los proyectos, la investigación indicó que la aplicación de un modelo de gestión del conocimiento mejora la eficacia de los proyectos en Robuspack.

## **2.2.Bases teóricas - científicas.**

### **2.2.1. Fundamentación teórica de La responsabilidad Social Empresarial**

#### **2.2.1.1.Definición**

"El gran conjunto de aclaraciones de responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores", según el Libro Verde de la Comisión Europea es fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas en Europa. (Europea, 2001)

Según Cajiga Calderón (2011), la responsabilidad social empresarial (RSE) es la decisión deliberada que toma una empresa de actuar en beneficio del medio ambiente, tanto interna como externamente, considerando además las probabilidades económicas, ambientales y sociales de los comprometidos y los valores éticos que defienden todos los grupos de la organización.

Definición de Porter y Kramer (2006) sobre:

Que responsabilidades sociales que realizan las empresas es una táctica sobre no se suele preguntar ni reflexionar mucho, pero es importante dada la competitividad de la organización y las personas dentro de ella. Cuando la empresa se incorpora a un modelo de negocio único, puede satisfacer las reclamaciones de la comunidad y presentar así una oportunidad de negocio.

### **2.2.1.2. Teorías de la responsabilidad Social Empresarial**

Cuando tratamos de aplicar las dimensiones social, medioambiental y económica que son la base de este caso, la responsabilidad social de las empresas abarca una variedad de métodos y amplias teorías que están conectadas con las mejores prácticas.

Según (Tahlil, 2016) La tesis de las partes interesadas, que sostiene que las personas o grupos pueden verse afectados por las actividades de una empresa o sociedad, es la noción más repetida en relación con la responsabilidad social de las empresas. Freeman (1984), basándose en la hipótesis pertinente, “la existencia de las organizaciones depende de su capacidad para integrar las expectativas de las partes interesadas en su estrategia comercial porque las partes interesadas proporcionan recursos y rendimientos esenciales para el funcionamiento exitoso y la supervivencia de las organizaciones”.

Alfaro (2012) explica que las empresas se dieron cuenta de que sus acciones podían tener un impacto significativo en los trabajadores, ya originalmente (RSE) centraba más, los consumidores dejando a lado a trabajadores. Como resultado, grandes empresas como Starbucks y la (FIFA) pusieron en marcha programas de RSE que fomentan la participación de los empleados en actividades extracurriculares como jornadas de trabajo en donaciones y voluntariados con el ánimo no lucrar.

### **2.2.1.3. Dimensiones de la responsabilidad Social Empresarial**

Como se pueden hacer múltiples clasificaciones según los autores de la consulta, actualmente no hay consenso sobre las características más significativas de la RSE. En esta guía se abordan las tres dimensiones esbozadas por autores, (Libro Verde de la UE):

A. Dimensión social: Utiliza para describir que tiene que ver con las personas, como el cuidado de las partes interesadas de la empresa y de la sociedad en general. Cuidar el capital humano dentro de las organizaciones es otro factor importante a tener en cuenta en esta dimensión.

#### **Inversión social**

La distribución de fondos de la empresa privada hacia la inversión social con el objetivo de cosechar recompensas en el desarrollo y la longevidad de las comunidades en las que opera su empresa, que a su vez le afecta a usted, se conoce como inversión social y es un componente de la transformación y la responsabilidad empresarial. Una inversión social prudente y bien planificada produce beneficios no sólo sociales, sino también comerciales, generando un costo a la transformación compartida en general.

#### **Voluntariado empresarial**

Ahora dentro de las empresas es un conjunto de iniciativas que las empresas promueven y apoyan con el fin de liberar a los miembros del personal de obligaciones y responsabilidades prestando su hora, experiencia y recursos a organizaciones sin ánimo de lucro, causas benéficas y proyectos.

## Liderazgo social

Dado que las mejores condiciones para alcanzar un mando responsable son aquellas que producen un alto resultado de bien social corporativo y un refuerzo individual, organizativo y social, la tarea de la gestión responsable consiste en apoyar a las empresas que generan cambios al margen de sus beneficios; por decirlo, prioriza los intereses de todas las partes implicadas, incluida la empresa.

B. Dimensión económica: tiene por objeto aumentar el valor de la empresa optimizando al mismo tiempo los beneficios bancarios o monetarios en prestamo de la empresa y de sus propietarios. Aclaró que, como una empresa es una economía, sus objetivos son ganar dinero para sus inversores, dar a sus trabajadores empleos dignos y suministrar bienes del más alto calibre a los consumidores.

## Productos de calidad

Condición percibida que viene con servicios e insumos determinada por el cliente; se trata de un enfoque psicológico centrado en la capacidad percibida por el cliente e utilizar insumos o beneficios para cubrir sus deseos.

## Relaciones comerciales

Cualquier forma de acción comercial en la que intervengan dos o más partes se denomina relación comercial. Existe una relación comercial cuando un proveedor y un cliente están correlacionados.

## Proveedores

Su trabajo, bienes y servicios no son de la empresa; en algunos casos, son lo único que posee la organización. Incluye a los empleados o profesionales que no están cubiertos por un contrato laboral y a los que se factura por los servicios prestados.

## Remuneración económica

Un agradecimiento financiado o monetizado ofrecido a los miembros del personal para que permanezcan en la organización. Cualquier recompensa o incentivo ofrecido a cambio de la transferencia de activos o la prestación de servicios se conoce como tal. Por parte la cantidad de dinero u otro valor intercambiado por la transferencia del componente esencial de un servicio por dos o más partes. El costo en que incurre una parte a cambio del suministro de productos o servicios puede considerarse contraprestación. Los salarios, pagos o nóminas que una empresa emite a un empleado para cubrir un puesto y garantizar un empleo suelen incluirse en la idea de indemnización.

C. Dimensión medioambiental: Hay dos formas principales de demostrar RSE, la primera se define como al movimiento o entrada de la organización, o consumo de recursos, mientras que la segunda, o efecto medioambiental, se refiere a las emisiones y emisiones atmosféricas de la empresa. El término "medio ambiente" se refiere al entorno que repercute en los seres vivos, en particular el medio que configura la evolución de las sociedades y los individuos a escala mundial. Por ello, las empresas deberían con sus reglamentos asumir el cumplimiento para regir el ámbito que se crea.

### Iniciativas responsables

Para ello, la clasificación de la basura y una interacción eficaz forman parte del proceso. Se mide el uso de recursos, agua y energía, y las campañas ayudan a cultivar correctamente.

### Nuevas tecnologías

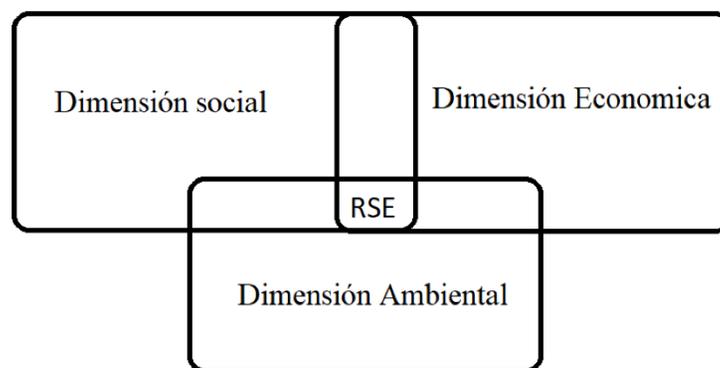
Esto implica cierto mantenimiento preventivo, como la sustitución de las plantas y equipos los esfuerzos de avanzar mejorando en las regiones de fabricación, y la creación y utilización y la utilización de avanzada tecnología que sean pulcras.

### Impacto ambiental

Tiene que ver con el grado de comprensión de cómo alrededor de la empresa afecta al medio ambiente, cómo se miden y registran las actividades y cómo se ponen en marcha las medidas de corrección.

## Figura 1

### *Dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial*



*Nota.* Elaboración propia adaptada del Libro Verde la Comisión Europea UE

## **2.2.2. Fundamentación teórica sobre la Gestión del conocimiento.**

### **2.2.2.1. Definición**

Según (Castillo & D´Vicente, 2009) habla claramente que gestión del conocimiento da cabida a lo que es la creación de activos de conocimiento y la alta eficiencia y eficacia y la creación de bienes y servicios son posibles gracias a la facilidad, el uso de oportunidad de la gestión, organización, integración y planificación, que se encuentran dentro de la edificación grupal en la empresa conocimiento tácito y la formación conocimiento explícito. Esto se elige como merito competitiva para la fusión de nuevas empresas, al elevar la productividad y las expectativas de predisposición y exigencias del entorno.

Por otra parte (Sukmawati, 2016), afirma que la gestión del conocimiento es una actividad amplia o individualizada que aplica la información para alcanzar los objetivos empresariales, haciendo hincapié en la necesidad de superar los obstáculos ambientales (conocer el entorno) que surgen en el lugar de trabajo.

Así mismo, (Porret, 2010), lo que pretende decirnos la GC es que acepta a los trabajadores acceder a información siempre que la necesiten. Se comercializa como una técnica que aprovecha las mejores prácticas con el objetivo de identificar y crear procesos que puedan suponer una ventaja competitiva sostenible.

Para finalizar (Nonaka & Takeuchi, 1995) señaló que el entendimiento dentro del conocimiento puede expresarse tanto de forma manifiesta como implícita o tacita. Dado que el conocimiento tácito se deriva de la práctica y la actividad, se transfiere a través de la interacción de las personas dentro de las organizaciones y se comparte, recopila, apropia y desarrolla. Como tal, el proceso de transferencia del conocimiento tácito es bastante complicado.

#### **2.2.2.2.Objetivos de la Gestión del Conocimiento**

El principal objetivo de la gestión del conocimiento según (Santillán, 2010) , es garantizar que los socios de la empresa puedan acceder a él siempre que lo necesiten y de la forma más adecuada. Todas estas funciones tienen como objetivo retroalimentar los mejores juicios realizados y llevar a cabo las actividades de manera oportuna y sensata en diversos escenarios desafiantes.

El conocimiento debe ponerse en práctica y hacerse de desarrollo mediante operaciones de sociabilidad, integración, externalización e internalización. También debe actualizarse mediante el proceso de aprendizaje de todas las personas pertinentes de la organización y su propia pericia, convirtiendo el capital de conocimiento en intelectualidad en organización. De modo, que preste su prestación de la mejor manera, primero debe transformar la información que posee cada individuo (tácita) en conocimiento colectivo (explícito); después, debe adecuar su estrategia a las habilidades de sus colegas.

#### **2.2.2.3.Importancia de la Gestión del conocimiento**

Según (Díaz & Bertha, 2017), la actividad que gestiona el conocimiento puede proporcionar a las empresas un espacio para reunir, utilizar, adaptar, compartir y aportar conocimientos. Esto crea una sinergia entre las empresas tanto interna como externamente y proporciona a las organizaciones el entorno adecuado para innovar y mejorar dando vida a sus procesos de conocimiento tácito y explícito dentro de las organizaciones se expresa de la mejor manera la importancia que da esta.

#### **2.2.2.4.Tipos de conocimiento**

(Minakata, 2009) Señala que hay ideas y categorías fundamentales que son necesarias para comprender la gestión del conocimiento:

- De causa: Conocimiento del por qué.
- De condición: Conocimiento del cuándo.
- De declaración: Conocimiento acerca de.
- Explícito: Conocimiento extendido y acoplado.
- Individual: Conocimiento formulado por la persona.
- De pragmatismo: Conocimiento ventajoso para la entidad.
- De procedimiento: Conocimiento del cómo hacer.
- De relación: Comprensión de sus conexiones.
- Social: Información resaltante de actividades de grupo y conocimientos de grupo congénitos a la población.
- Tácito cognitivo: Naturaleza implícita.
- Tácito ético: Habilidad graduable para un determinado trabajo.
- Tácito: Conocimiento que se ajusta a comportamientos, costumbres y entorno en general.

#### **2.2.2.5. Modelos de Gestión del conocimiento**

El proceso de espiral de conocimientos, que vincula las dos dimensiones del conocimiento tácito y explícito la percepción, la visión específica y la bolsa de cada trabajador es el eje principal del modelo de gestión del conocimiento de Nonaka y Takeuchi (1995). Ahora los autores identificaron dos procesos centrales estos son:

Creación: desde la recogida de información hasta su incorporación.

Transferencia: desde el diálogo y la flexibilidad.

Dando procedimientos incluyen el manejo de la información implícita, explícita y tácita que poseen los instructores (conocimiento tácito), así como la comprensión del conocimiento concreto o "explícito" y la ayuda a los alumnos para que lo entiendan como parte de sí mismos (conocimiento tácito).

Es por parte que el conocimiento tácito maneja los indicadores:

- la vista y sus movimientos
- idea clara de la institución
- integración de personal
- generación de nuevo conocimiento

El conocimiento explicito tiene como indicadores:

- ejecución de mejores practicas
- intercambio de conocimiento
- gestión de procesos
- establecimiento claro de los procedimientos
- gestión de información y evaluación de datos de la organización

Por otro lado ellos nos hablan que su modelo SECI está caracterizado por la difusión de información mediante la combinación de conocimientos explícitos y tácitos. Los cuatro pasos de esta espiral continua de transformación interna del conocimiento socialización, externalización,

combinación e internalización- son los que dieron origen a la abreviatura SECI, de las cuales marcando sus indicadores:

- Socialización: Es el proceso de añadir nueva información a la base general de conocimientos de la empresa mediante la recopilación de conocimientos tácitos a través de intercambios de experiencias convencionales, documentos, manuales e informes orales.

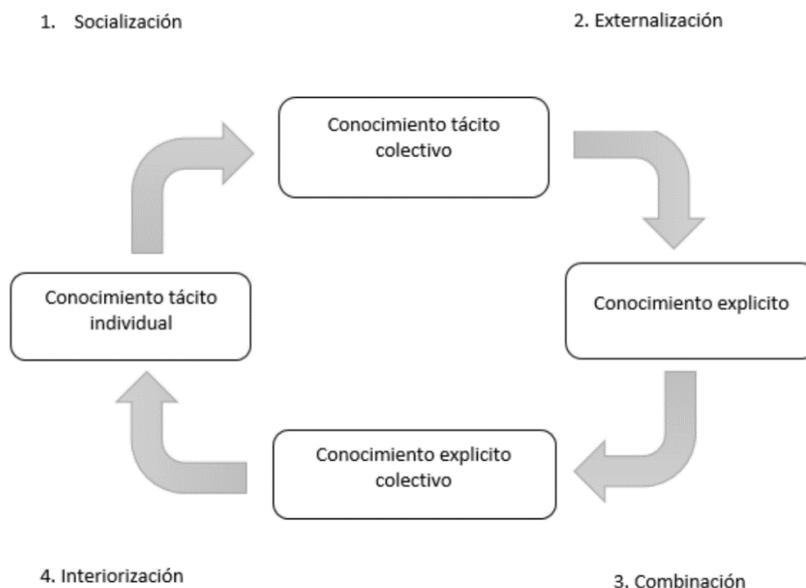
- Exteriorización: Avance de convertir la información implícita en conceptos explícitos es un paso crucial en la producción de nuevos conocimientos, ya que implica utilizar metáforas para hacer realidad un conocimiento propio difícil de comunicar e integrarlo en la cultura de una organización.

- Combinación: Es el acto de reunir conocimientos explícitos en innumerables archivos, y realizar conocimientos explícitos mediante conexión mediante llamadas, correos, reuniones en persona, etc. Los conocimientos se categorizan, comparan y clasifican para crear una base de datos que pueda proporcionar conocimientos explícitos.

- Interiorización: Es la integración del conocimiento explícito en conocimiento tácito mediante el examen de la experiencia adquirida en la aplicación de nuevos conocimientos y su asimilación en la clave de conocimientos tácitos de los grupos en empresa como prácticas en trabajo comunes, creencias mentales.

**Figura 2**

*Modelo SECI (Socialización, Externalización, Combinación, Interiorización)*



*Nota:* Realizada por Nonaka y Takeuchi (1995)

Las dimensiones de "conocimiento tácito" y "conocimiento explícito", tal como se han establecido anteriormente, tienen las siguientes indicaciones para este estudio:

Conocimiento Tácito:

- **Proyección del negocio:** Predecir los beneficios o pérdidas finales de un proyecto empresarial es el objetivo de su estudio. Desde el punto de vista de la previsión financiera, empresarios y emprendedores poseen conocimientos esenciales con los que tomar decisiones empresariales.

- **Asistencia técnica:** Se trata de un apoyo no financiero prestado por profesionales regionales o mundiales. Al ayudar al manejo, la organización, la creación de recursos y las

habilidades de capacidad como tal, busca optimizar la calidad de la ejecución y el efecto de los proyectos.

- Tipo de Personal: se basa en determinadas características y estructura organizativa.

- Interiorización: incorporar las ideas o comportamientos de otras personas al propio modo de vida, emociones y pensamiento.

- Asistencia a capacitación: se refiere a cualquier acción que realice una empresa en respuesta al deseo de mejorar el comportamiento, las actitudes, los conocimientos y las aptitudes.

Conocimiento explícito:

-Mejores prácticas: Su objetivo aumentar la producción operativa y la efectividad de los avances de la organización.

- Uso de la app del MINAGRI nos da a entender que: Agrochatea es una aplicación de IA que uso disponible para productores, comerciantes y público en general. Les permite recibir notificaciones gratuitas en cualquier momento a través de mails, consultas y costos.

- Procesos que se desarrollan: Asociado al MAPRO (Mapa de Procesos) realizado mediante la organización y sus organigramas.

- Procedimientos documentados: Los manuales normativos que funcionan como guías para los empleados deben detallar con precisión todas las operaciones realizadas dentro.

-Datos organización (empresas o productores): poseer una base de datos que contenga datos cruciales sobre empresas o fabricantes.

Los autores concluyen identificando cuatro elementos cruciales de la GC en civilizaciones cuales:

Intención: Las circunstancias ideales para la espiral del conocimiento organizativo y adquirir las habilidades óptimas y construir un avance de gestión del conocimiento a un objetivo común son requisitos previos que deben cumplir las organizaciones.

Autonomía: Para fomentar la reproducción de nuevos conceptos y representaciones visuales de perspectivas innovadoras, la entidad debe conceder a sus miembros cierta autonomía. Esto ayudará a participar y producir nueva información.

Cambios creativos y caos: Organización necesita fomentar comunicación entre integrantes al mundo exterior. Estas situaciones, el conjunto tiene que enfrentarse a las limitaciones que le imponen las costumbres, las tradiciones y el yo para inspirar ideas nuevas sobre cómo hacer las cosas.

Redundancia: Dentro de su área operativa, la empresa está obligada a proporcionar un nivel específico de redundancia. Esto da lugar a una variedad de claros puntos que los integrantes deciden y aceptan dar, combinar (Nonaka & Takeuchi, 1995)

### **2.3. Definición de términos básicos.**

a) desarrollo sostenible

Afinidad social, progreso económico, las seguridades medioambientales y el paso del tiempo y el lugar contribuyen a la compatibilidad de los procesos cualitativos y cuantitativos del cambio social. (Gómez, 2020, p.27)

b) innovación

El proceso de convertir el conocimiento en nuevos bienes y servicios se denomina innovación. Es una reacción constante a las condiciones cambiantes más que un hecho singular (Nelson, 1997).

Según Schumpeter (1942), las cosas novedosas es un subproducto del progreso económico. Define la innovación como una evolución económica que sigue a las preocupaciones sociales y culturales. De este modo, definió los nuevos productos y servicios como aquellos que entran en el mercado, en este caso, la introducción de técnicas de fabricación contemporáneas. y afirma cambiará en el avance de gestionar como resultado la disponibilidad nueva generación de materias primas y fuentes de suministro contemporáneas.

c) impacto social

Definir impacto social es hablar extensamente de los temas sociales, culturales, políticos y económicos en general, abarcando claramente la noción que puede afectar significativamente a la sociedad positiva o negativamente, a los derechos humanos y a las organizaciones.

d) Ética empresarial

Según (García, 2004) es referida como el pensamiento ético – crítico del desarrollo organizacional y por tal motivo su trabajo es ofrecer entendimiento de lo que puede tener que es la moral conformada y sustentada para la empresa, que es el motivo de ser en la organización.

e) transferencia de conocimiento

McFadyen, Semadeni & Cannella (2009) refieren que la transferencia de conocimiento involucra el flujo de los hechos, es decir las claras conexiones que puede a ver en un individuo y organización entre otras más mutuamente.

Ahora Christensen (2003) nos dice que la transferencia no es algo limitante para la realización de recursos accesibles, como el conocimiento y nos indica que esto ocurre por la adquisición y absorción moderada del conocimiento para realizar las actividades eficientes y eficaces.

f) Inteligencia empresarial

Para (Microsoft, 2021) La inteligencia Empresarial facilita el hallazgo y análisis de datos, esto hace que posiblemente los encargados de tomar decisiones dentro de una empresa puedan, comprender, analizar, colaborar, esto hace que se desarrollen de una manera más fácil en todos los entornos. De esta manera se exhibe que las acciones básicas impulsadas se evolucionen.

## **2.4.Sistema de hipótesis.**

### **2.4.1. Hipótesis general**

- La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona en forma significativa con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023.

#### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

- La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

- La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

## 2.5.Sistema de variables.

**Tabla 1**

*Operacionalización de variable Responsabilidad Social Empresarial*

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores
Variable 1:	El compromiso consciente de ejecutar por parte de la empresa la firma, tanto como externamente como internamente,	Social	Inversión social
Responsabilidad social Empresarial	tomando en consideración la probabilidad económica, ambiental y social de los involucrados	Económica	Voluntariado empresarial
			Liderazgo social
			Productos de calidad
			Relaciones comerciales
			Proveedores
			Remuneración económica
			Iniciativas responsables
		Medioambiental	Nuevas tecnologías
			Impacto ambiental

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 2***Operacionalización de variable de Gestión del Conocimiento*

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores
Gestión del conocimiento	Es una actividad ya sea variada o individual que usa el conocimiento para alcanzar objetivos de la empresa,	Conocimiento tácito	Proyección del negocio
			Asistencia técnica
		Conocimiento explícito	Tipo de personal
			Interiorización
			Asistencia a capacitación
			Mejores prácticas
			Uso de plataforma de información
			Procesos que se desarrollan
			Procedimientos documentados
			Datos de la organización

*Nota.* Elaboración propia sobre la operacionalización

## CAPITULO III

### III. METODOLOGÍA

#### **3.1.Tipo de investigación.**

Este modelo la investigación resalta que es básica o pura, por su objetivo principal es ampliar el entendimiento presunto del tema en investigación, en caso es RSE y la gestión del conocimiento. La investigación recogerá datos de la realidad para apoyar esta teoría.

#### **3.2.Diseño de investigación.**

La investigación es no experimental, ya que no altera las variables objeto de estudio, por lo que su objetivo es averiguar cómo se relacionan la Gestión del Conocimiento y RSE. El estudio es transversal parte porque todos los testimonios de la muestra recogen en un único lugar, de acuerdo con el diseño del estudio.

#### **3.3.Población y muestra.**

##### **3.3.1. Población**

28 empleados que laboran en PLAZA VEA S.A., empresa peruana de supermercados, en la ciudad de Tacna, conforman la población investigada.

### **3.3.2. Muestra**

Se decidió realizar un censo en la empresa peruana de supermercados PLAZA VEA S.A. de la ciudad de Tacna debido a la escasa población, el tamaño de la muestra de 28 colaboradores y la zona administrativa.

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

#### **3.4.1. Técnicas**

- Para la realización de este estudio tuvo en cuenta un enfoque de encuesta, con fin de recabar datos de los empleados de PLAZA VEA S.A., empresa peruana de supermercados ubicada en Tacna. Esto se hizo con el fin de confirmar la hipótesis.

#### **3.4.2. Instrumentos**

- El cuestionario es la herramienta utilizada para recopilar datos para el estudio; las variables se computarán utilizando ítems creados con atención a las dimensiones definidas por el modelo descrito en el fundamento teórico científico.

### **3.5. Técnicas de procesamiento de datos.**

- El método de datos se hizo con Microsoft Excel, para poder realizar las tablas y figuras correspondientes. Para el análisis se recurrirá a la estadística descriptiva e inferencial, para poder recopilar y ordenar los datos obtenidos mediante tablas y figuras estadísticas, y a su vez poder deducir y sacar conclusiones acerca de las hipótesis planteadas; para esto se utilizó programa SPSS.

### **3.6. Selección y validación de los instrumentos de investigación.**

En este caso validar los instrumentos de investigación hubo que recurrir a la opinión de profesionales, que calificaron los instrumentos y aportaron sus evaluaciones, que se incluyen Apéndice D.

## CAPITULO IV

### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros.

##### 4.1.1. Análisis de confiabilidad del instrumento

Dada la fiabilidad que resalta aquel instrumento puede desarrollarse en diversas maneras, como explican Hernández, Fernández y Baptista (2014). Esencialmente, fiabilidad es un grado en el que aquel instrumento puede producir resultados consistentes y razonables cuando se utiliza repetidamente sobre el mismo sujeto.

##### 4.1.2. Coeficiente de alfa de Cronbach

**Tabla 3**

*Escala de medición del Alpha de Cronbach.*

Escala	Significancia
-1 a 0	No es confiable
0.01 – 0.49	Baja confiabilidad
0.50 – 0.69	Moderada confiabilidad
0.07 – 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 – 1.00	Alta confiabilidad

*Nota.* La tabla muestra la medición del Alpha de Cronbach

#### 4.1.3. Coeficiente alfa de Cronbach de la variable Responsabilidad Social empresarial

**Tabla 4**

*Estadísticas de fiabilidad alfa de Cronbach de la variable RSE.*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,882	,873	20

*Nota.* Resultados del SPSS

El coeficiente alfa de Cronbach, tal se presenta en la tabla 4, es de 0,882, lo que señala alto grado de fiabilidad del instrumento de RSE, tal y como se observa en la tabla 3.

#### 4.1.4. Coeficiente alfa de Cronbach de la variable Gestión del conocimiento

**Tabla 5**

*Estadísticas de fiabilidad alfa de Cronbach de la variable Gestión del conocimiento.*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,895	,874	20

*Nota.* Resultado del SPSS

En parte esta tabla 5 muestra el coeficiente alfa de Cronbach de 0,895, lo que demuestra un buen nivel de fiabilidad del instrumento de gestión del conocimiento, como se demuestra en la tabla 3.

#### 4.2. Presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc.

##### 4.2.1. Tabla de frecuencia de la variable responsabilidad social empresarial

**Tabla 6**

*La empresa Plaza Vea, fomenta la formación y el desarrollo profesional de los trabajadores tanto administrativos como los operadores de planta.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
	en desacuerdo	10	35,7	35,7	39,3
	indiferente	12	42,9	42,9	82,1
	de acuerdo	3	10,7	10,7	92,9
	totalmente de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Claro decir que la tabla 6 muestra que el 42,9% de los encuestados se muestra indiferente por el desarrollo profesional y la formación de los operadores administrativos y de planta, mientras

que el 35,7% está en desacuerdo, el 10,7% de acuerdo y el 7,1% en totalmente de acuerdo, con esta información nos indica que el 3,6% es de totalmente en desacuerdo.

**Tabla 7**

*La empresa Plaza Vea, emplea mecanismos para medir la satisfacción de sus trabajadores y proveedores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	8	28,6	28,6	28,6
	indiferente	9	32,1	32,1	60,7
	de acuerdo	8	28,6	28,6	89,3
	totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

La tabla 7 muestra que el 32,1% de los encuestados no se muestra indiferente por los métodos utilizados para medir la satisfacción de sus proveedores y empleados, el 28,6% está en desacuerdo con estos métodos, el 28,6% está de acuerdo con ellos, el 10,7% está totalmente de acuerdo con ellos.

**Tabla 8**

*La empresa Plaza Vea, toma medidas con sus colaboradores cuando hay una sobrecarga laboral.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
indiferente	9	32,1	32,1	35,7
de acuerdo	12	42,9	42,9	78,6
totalmente de acuerdo	6	21,4	21,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según la Tabla 8, el 42,9% de los participantes se mostró de acuerdo con la aplicación de medidas relacionadas con el trabajo con sus empleados, 32,1% se mostró indiferente, el 21,4% se exhibió totalmente de acuerdo con aplicación en medidas relacionadas con el trabajo con sus empleados. Por el contrario, el 3,6% de los participantes se mostraron en desacuerdo con la aplicación de medidas relacionadas con el trabajo con sus empleados.

**Tabla 9**

*La empresa Plaza Vea, promueve y facilita a que sus colaboradores realicen acciones de proyección social favor de la sociedad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
en desacuerdo	6	21,4	21,4	32,1
indiferente	11	39,3	39,3	71,4
de acuerdo	6	21,4	21,4	92,9
totalmente de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según la tabla 9 el 39.3% de los encuestados se mostraron indiferentes a lo que sólo el 21,4% de los cuestionados se evidenció en desacuerdo con los factores que fomentan y ayudan a sus empleados a realizar acciones de proyección social que benefician a la sociedad, el 21,4% se expusieron de acuerdo con estos factores y el 7,1% se mostró totalmente de acuerdo con los factores que fomentan y ayudan a sus empleados a realizar acciones de proyección social que benefician a la sociedad.

**Tabla 10**

*En su entorno laboral, usted está satisfecho con el trato recibido por parte de su jefe directo.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
indiferente	9	32,1	32,1	42,9
de acuerdo	11	39,3	39,3	82,1
totalmente de acuerdo	5	17,9	17,9	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

La tabla 10 indica que el 39,3% de los participantes se mostraron satisfechos con el trato recibido por parte del responsable directo, el 32,1% se mostraron indiferentes hacia el trato recibido, el 17,9% totalmente de acuerdo con el trato recibido por parte de su responsable, el 10,7% en desacuerdo con el trato recibido por parte de su responsable y el 10,7% en desacuerdo con este trato.

**Tabla 11**

*La empresa Plaza Vea promueve programas de apoyo que ofrece el equilibrio entre la vida y el trabajo como: vestimenta adecuada dentro de las instalaciones, horarios flexibles, política de familia e hijos.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
en desacuerdo	6	21,4	21,4	32,1
indiferente	11	39,3	39,3	71,4
de acuerdo	6	21,4	21,4	92,9
totalmente de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según la tabla 11 el 39.3% se mostraron indiferentes a promover entre las iniciativas que promueven el equilibrio entre la vida laboral y familiar se encuentran la política de familia e hijos, los horarios flexibles y la vestimenta adecuada para el lugar de trabajo en contraste con el 21,4% de los encuestados que está de acuerdo en promover programas de equilibrio entre la vida laboral y familiar como la política de familia e hijos, los horarios flexibles y la vestimenta adecuada para el lugar de trabajo, el 21,4% de los encuestados no está de acuerdo en promover estos programas, El 7,1% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la promoción de programas que facilitarían el equilibrio entre la vida laboral y personal, como ropa adecuada en el lugar de trabajo, horarios flexibles y políticas familiares y de infancia, mientras que el 10,7% de los encuestados está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 12**

*Uno de los principales principios de la empresa Plaza Vea es proporcionar productos de calidad a sus clientes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	12	42,9	42,9	42,9
indiferente	5	17,9	17,9	60,7
de acuerdo	6	21,4	21,4	82,1
totalmente de acuerdo	5	17,9	17,9	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según la Tabla 12, el 42,9% de los participantes expresó en desacuerdo hacia la noción de que ofrecer productos de calidad a los clientes es uno de los principios fundamentales de la empresa Plaza Vea. Por otra parte, el 21,4% de los encuestados estuvo de acuerdo en que ofrecer productos de calidad a los clientes es uno de los principios fundamentales de la empresa Plaza Vea. Además, el 17,9% de los cuestionados está totalmente de acuerdo en que ofrecer productos de calidad a los clientes es uno de los principios fundamentales de la empresa Plaza Vea, ofrecer artículos de alta calidad a los clientes es uno de los valores fundamentales de Plaza Vea, pero al 17,9% de los encuestados no le importa indiferentes.

**Tabla 13**

*Los productos de la empresa cumplen con las normas de calidad nacional e internacional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	4	14,3	14,3	14,3
indiferente	11	39,3	39,3	53,6
de acuerdo	6	21,4	21,4	75,0
totalmente de acuerdo	7	25,0	25,0	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En la tabla 13 exhibe que el 39,3% de los encuestados afirma que están indiferentes que los productos de la empresa cumplen las normas de calidad nacionales e internacionales, el 25,0% está totalmente de acuerdo, el 21,4% está de acuerdo en que los artículos de la empresa cumplen las normas y el 14,3% está en desacuerdo.

**Tabla 14**

*La empresa Plaza Vea respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
en desacuerdo	9	32,1	32,1	39,3
indiferente	6	21,4	21,4	60,7
de acuerdo	6	21,4	21,4	82,1
totalmente de acuerdo	5	17,9	17,9	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Claro queda que en esta tabla 14 muestra el 32,1% de los encuestados está en desacuerdo con la aceptación de que Plaza Vea respeta los derechos de los clientes y atiende las quejas, mientras que el 21,4% expresó indiferencia ante esta afirmación. Sin embargo, el 21,4% de los encuestados está de acuerdo con que Plaza Vea acepta los derechos de los compradores y atiende sus quejas, el 17,9% está totalmente de acuerdo con que Plaza Vea lo hace y el 7,1% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 15**

*Considera usted que la actividad comercial es determinante para desarrollar responsabilidad económica.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
indiferente	7	25,0	25,0	32,1
de acuerdo	12	42,9	42,9	75,0
totalmente de acuerdo	7	25,0	25,0	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Esta tabla 15 muestra que, de los encuestados, el 42,9% está de acuerdo en que la actividad comercial desempeña un papel determinante en el desarrollo de la responsabilidad económica, el 25,0% se muestra indiferente ante este hecho y el 25,0% está totalmente de acuerdo. El 7,1% restante se mostró en desacuerdo con la afirmación de que la actividad comercial desempeña un papel determinante en el desarrollo de la responsabilidad económica, y el 7,1% restante se mostró en desacuerdo con la afirmación.

**Tabla 16**

*En Plaza Vea se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
indiferente	5	17,9	17,9	25,0
de acuerdo	13	46,4	46,4	71,4
totalmente de acuerdo	8	28,6	28,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Nos dice esta tabla 16 muestra que mientras el 28.6% de los encuestados dice que Plaza Vea mantiene una base de datos exhaustiva de las características de los proveedores, el 46.4% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación. Al 17,9% de los encuestados no les importa si Plaza Vea mantiene un reporte exhaustivo de las características de los proveedores, el 7,1% no está de acuerdo con que Plaza Vea lo haga.

**Tabla 17**

*La empresa Plaza Vea, se preocupa por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
indiferente	8	28,6	28,6	35,7
de acuerdo	13	46,4	46,4	82,1
totalmente de acuerdo	5	17,9	17,9	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según la tabla 17 el 46.4% de los encuestados se mostraron de acuerdo, que el hecho de que Plaza Vea trabaje para fomentar relaciones estables, cooperativas y mutuamente beneficiosas con nuestros proveedores no pareció mostrar indiferencia al 28,6% de los encuestados. El 7,1% de los encuestados no está de acuerdo con que Plaza Vea se preocupe por fomentar relaciones estables, cooperativas y mutuamente beneficiosas con nuestros proveedores, mientras que el 17,9% de los cuestionados está totalmente de acuerdo con esta aceptación.

**Tabla 18**

*Considera usted que el incentivo económico es determinante para desarrollar responsabilidad económica.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
en desacuerdo	7	25,0	25,0	28,6
indiferente	6	21,4	21,4	50,0
de acuerdo	7	25,0	25,0	75,0
totalmente de acuerdo	7	25,0	25,0	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según la Tabla 18, el 25,0% de los cuestionados se expuso en desacuerdo con que un incentivo económico sea un factor para el desarrollo de la responsabilidad económica, el 25,0% se mostró de acuerdo con que un incentivo económico sea un factor para el desarrollo de la responsabilidad económica y el 25,0% se mostró totalmente de acuerdo con que un incentivo económico sea un factor para el desarrollo de la responsabilidad económica. Por el contrario, el 21,4% de los encuestados se mostraron indiferentes a la pregunta, y el 2,6% se mostraron totalmente en desacuerdo.

**Tabla 19***La empresa cumple con sus beneficios sociales de manera continua*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
en desacuerdo	7	25,0	25,0	35,7
indiferente	11	39,3	39,3	75,0
de acuerdo	6	21,4	21,4	96,4
totalmente de acuerdo	1	3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según esta Tabla 19, el 39,3% de los participantes se mostraron indiferentes ante las prestaciones sociales, mientras que el 25,0% se mostraron en desacuerdo. Por otra parte, el 21,4% estaba de acuerdo con sus prestaciones sociales, el 20,7% estaba en total desacuerdo y el 3,6% de los participantes estaba totalmente de acuerdo con sus prestaciones sociales.

**Tabla 20**

*La empresa Plaza Vea fomenta y capacita sobre la buena segregación de residuos sólidos tanto peligrosos como no peligrosos y/o RAAE.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
en desacuerdo	6	21,4	21,4	25,0
indiferente	6	21,4	21,4	46,4
de acuerdo	7	25,0	25,0	71,4
totalmente de acuerdo	8	28,6	28,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

La Tabla 20 muestra que, de los encuestados, el 28,6% estaba muy de acuerdo con la promoción y formación sobre la buena segregación de residuos sólidos peligrosos y no peligrosos y/o RAAE, el 25,0% estaba de acuerdo con la promoción y formación sobre la buena segregación de residuos sólidos peligrosos y no peligrosos y/o RAAE, el 21,4% estaba en desacuerdo con la promoción y formación sobre la buena segregación de residuos sólidos peligrosos y no peligrosos y/o RAAE, y el 21,4% se mostraba indiferente, Por otro lado, el 3,6% de los encuestados se exhibe totalmente en desacuerdo a la formación y promoción de la separación adecuada de residuos sólidos peligrosos y no peligrosos y/o RAAE.

**Tabla 21**

*La empresa implementa programas para proteger el medio ambiente.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
en desacuerdo	5	17,9	17,9	28,6
indiferente	12	42,9	42,9	71,4
de acuerdo	5	17,9	17,9	89,3
totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según datos presentados en la Tabla 21, el 42,9% de los participantes no expresó ninguna opinión sobre los programas de protección del medio ambiente por tema de indiferencia, el 17,9% estaba en desacuerdo con estos programas, el 17,9% estaba de acuerdo con ellos y el 10,7% estaba totalmente en desacuerdo. Por su parte, el 10,7% se mostró totalmente de acuerdo con los programas de protección del medio ambiente.

**Tabla 22**

*La empresa cuenta con el equipo, la tecnología e infraestructura necesaria para reducir sus efectos ambientales.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
en desacuerdo	8	28,6	28,6	35,7
indiferente	10	35,7	35,7	71,4
de acuerdo	4	14,3	14,3	85,7
totalmente de acuerdo	4	14,3	14,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado SPSS

El cuadro 22 muestra que, de los encuestados, el 35,7% no estaba seguro de que la empresa dispusiera de la infraestructura, la tecnología o el equipamiento necesarios para atenuar sus efectos medioambientales, el 28,6% estaba en desacuerdo y el 14,3% estaba de acuerdo en que la empresa sí los tenía. De los que estaban de acuerdo, el 14,3% estaban totalmente de acuerdo en que la empresa disponía y dispone del equipamiento necesario en cuanto a la empresa, el 7,1% de los participantes manifestaron un desacuerdo totalmente significativo con la idea de que la organización dispusiera del equipo, la tecnología y la infraestructura necesarios para mitigar su efecto medioambiental.

**Tabla 23**

*Considera usted que la mejora continua es determinante para desarrollar responsabilidad ambiental.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	5	17,9	17,9	17,9
en desacuerdo	11	39,3	39,3	57,1
indiferente	7	25,0	25,0	82,1
de acuerdo	2	7,1	7,1	89,3
totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Como queda claro en esta tabla 23 exhibe el 39,3% de participantes no está de acuerdo en que el desarrollo de la responsabilidad medioambiental dependa de mejora continua. La mejora continua es un factor del desarrollo de la responsabilidad medioambiental. De los encuestados, el 25,0% se mostró indiferente al respecto, el 17,9% totalmente en desacuerdo, el 10,7% totalmente de acuerdo y el 7,1% de acuerdo.

**Tabla 24**

*En Plaza Vea se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambientes y personas responsables de su ejecución.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
en desacuerdo	13	46,4	46,4	57,1
indiferente	5	17,9	17,9	75,0
de acuerdo	3	10,7	10,7	85,7
totalmente de acuerdo	4	14,3	14,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota. Resultado SPSS*

Como se observarse en esta tabla 24, este 46,4% de los cuestionados se mostró desacuerdo con la política medioambiental que tiene en cuenta un plan de gestión medioambiental y las personas encargadas de llevarlo a cabo, el 17,9% no expresó ninguna opinión de manera indifernte y el 14,3% se mostró totalmente de acuerdo con la política y las personas encargadas de llevarla a cabo. El 14,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la política medioambiental que tiene en cuenta un plan de gestión medioambiental y las personas encargadas de llevarlo a cabo; el 10,7% está totalmente en desacuerdo con la política; y el 10,7% está de acuerdo con la política que tiene en cuenta un plan de gestión medioambiental y individuos encargadas de llevarlo a cabo.

**Tabla 25**

*La empresa participa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
en desacuerdo	4	14,3	14,3	21,4
indiferente	6	21,4	21,4	42,9
de acuerdo	10	35,7	35,7	78,6
totalmente de acuerdo	6	21,4	21,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado de SPSS

Según esta Tabla 25, el 35,7% de los participantes se mostró de acuerdo con participar en actividades destinadas a preservar y mejorar el medio ambiente, el 21,4% se mostró indiferente hacia dichas actividades y el 21,4% se mostró totalmente de acuerdo con participar en ellas. Por el contrario, el 14,3% se mostró en desacuerdo y el 7,1% totalmente en desacuerdo.

#### 4.2.2. Tablas de frecuencia de la variable gestión del conocimiento

**Tabla 26**

*La empresa fomenta la compartición de conocimiento tácito relacionado con las proyecciones y metas del negocio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
	indiferente	10	35,7	35,7	42,9
	de acuerdo	16	57,1	57,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

A partir de esta tabla 26, se dio a conocer que el 57,1% de participantes se mostró de acuerdo con promover el intercambio de conocimientos tácitos sobre proyecciones y objetivos empresariales, el 35,7% se mostró indiferente hacia dicho intercambio y el 7,1% se mostró en desacuerdo con el mismo.

**Tabla 27**

*¿Considera que el conocimiento tácito de sus colegas contribuye al éxito de las proyecciones comerciales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	7	25,0	25,0	25,0
	indiferente	8	28,6	28,6	53,6
	de acuerdo	6	21,4	21,4	75,0
	totalmente de acuerdo	7	25,0	25,0	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En esta tabla 27 se exhibe que, de los cuestionados, el 28,6% no estaba de acuerdo con que el conocimiento tácito de sus colegas contribuyera al éxito de las proyecciones empresariales, el 25,0% estaba en desacuerdo y el 25,0% totalmente de acuerdo. De los encuestados, el 21,4% estaba de acuerdo en que el conocimiento tácito de sus colegas contribuía al éxito de las proyecciones empresariales.

**Tabla 28**

*La empresa facilita el intercambio de conocimientos técnicos entre los empleados*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	17	60,7	60,7	60,7
indiferente	10	35,7	35,7	96,4
de acuerdo	1	3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Como muestra la Tabla 28, el 60,7% de los encuestados no está de acuerdo con la idea de facilitar el intercambio de conocimientos técnicos entre los empleados, el 35,7% no expresa ninguna opinión dando indiferencia y el 3,6% está de acuerdo con que se haga.

**Tabla 29**

*¿Se siente respaldado por la empresa en términos de asistencia técnica cuando lo necesita?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
en desacuerdo	1	3,6	3,6	7,1
indiferente	13	46,4	46,4	53,6
de acuerdo	10	35,7	35,7	89,3
totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado de SPSS

Como nos detalla en esta tabla 29 expone que el 46,4% de los encuestados no tiene opinión sobre la disposición de la empresa a prestar asistencia técnica cuando sea necesario mostrando su indiferencia, el 35,7% está de acuerdo con que la empresa preste dicha asistencia, el 10,7% está totalmente de acuerdo con que la empresa preste dicha asistencia, el 3,6% está en desacuerdo con que la empresa preste dicha asistencia y el 3,6% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 30**

*¿Existe un ambiente propicio para la colaboración entre diferentes tipos de personal en la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	4	14,3	14,3	14,3
	indiferente	14	50,0	50,0	64,3
	de acuerdo	10	35,7	35,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

A partir de esta tabla 30, se exhibe que el 50,0% de participantes no expresó ninguna opinión sobre la presencia de un entorno de colaboración que fomente diferentes tipos de personal dentro de la empresa con lo que recalca su indiferencia. Por otra parte, el 35,7% de los encuestados se mostró de acuerdo con la existencia de dicho entorno, mientras que el 14,3% se mostró en desacuerdo.

**Tabla 31**

*¿Considera que la diversidad de habilidades del personal contribuye al conocimiento tácito en la organización?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	4	14,3	14,3	14,3
indiferente	14	50,0	50,0	64,3
de acuerdo	7	25,0	25,0	89,3
totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Según esta tabla 31 presenta que el 50,0% de encuestados no estaban preocupados por la forma en que la diversidad del personal contribuye al conocimiento tácito dentro de la empresa mostrando su indiferencia, el 25,0% estaban de acuerdo con esta afirmación, el 14,3% en desacuerdo y el 10,7% totalmente de acuerdo.

**Tabla 32**

*¿Se alienta la internalización del conocimiento tácito adquirido en el día a día?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	19	67,9	67,9	67,9
Indiferente	9	32,1	32,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Como puede verse en la Tabla 32, el 67,9% de los encuestados no está de acuerdo con la afirmación de que se fomenta la interiorización de la información tácita obtenida a través de la experiencia diaria, mientras que el 32,1% no tiene opinión alguna dando a entender su indiferencia.

**Tabla 33**

*¿Siente que la experiencia acumulada por el personal se valora y utiliza de manera efectiva?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	4	14,3	14,3	14,3
indiferente	14	50,0	50,0	64,3
de acuerdo	9	32,1	32,1	96,4
totalmente de acuerdo	1	3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En esta tabla 33 muestra que el 50,0% de los encuestados no estaba seguro de si la experiencia del personal se valoraba y utilizaba eficazmente, el 32,1% estaba de acuerdo en que sí, el 14,3% en desacuerdo y el 3,6% totalmente de acuerdo.

**Tabla 34**

*La empresa brinda oportunidades adecuadas de capacitación para desarrollar conocimientos tácitos.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
en desacuerdo	8	28,6	28,6	35,7
indiferente	16	57,1	57,1	92,9
de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Como se muestra en esta tabla 34, el 57,1% de encuestados no estaban preocupados por recibir una formación suficiente para adquirir conocimientos tácitos por su indiferencia, el 28,6% estaban en desacuerdo, el 7,1% totalmente en desacuerdo y el 7,1% de acuerdo en que recibir una formación adecuada les ayudaría a adquirir conocimientos tácitos.

**Tabla 35**

*¿Considera que la asistencia a capacitaciones mejora el conocimiento tácito de los empleados?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
en desacuerdo	6	21,4	21,4	25,0
indiferente	5	17,9	17,9	42,9
de acuerdo	12	42,9	42,9	85,7
totalmente de acuerdo	4	14,3	14,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Como en esta tabla 35 revela que el 42,9% de encuestados está de acuerdo en que los conocimientos tácitos de los empleados mejoran con la formación, el 21,4% está en desacuerdo, el 17,9% se exhibe indiferente, el 14,3% está totalmente de acuerdo y el 3,6% está totalmente en desacuerdo en que los conocimientos tácitos de los empleados mejoran con la formación.

**Tabla 36**

*¿Se promueve y reconoce el uso de mejores prácticas dentro de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	14	50,0	50,0	50,0
	indiferente	13	46,4	46,4	96,4
	de acuerdo	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En esta tabla 36 señala que el 50,0% de encuestados está en desacuerdo con que la empresa promueva y reconozca el uso de las mejores prácticas, el 46,4% no expresa ninguna opinión su indiferencia y el 3,6% está de acuerdo.

**Tabla 37**

*¿Considera que la documentación de mejores prácticas mejora la eficiencia en el trabajo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
	en desacuerdo	5	17,9	17,9	21,4
	indiferente	10	35,7	35,7	57,1
	de acuerdo	10	35,7	35,7	92,9
	totalmente de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Resultados se muestran en esta Tabla 37, donde el 35,7% de los encuestados se mostraron indiferentes ante la idea de que la documentación sobre buenas prácticas aumente la eficacia del trabajo, el 35,7% se mostraron de acuerdo con que la documentación sobre buenas prácticas lo haga, el 17,9% se mostraron en desacuerdo, el 7,1% totalmente de acuerdo y el 3,6% totalmente en desacuerdo.

**Tabla 38**

*La empresa facilita el acceso y uso de plataformas de información para compartir conocimiento explícito*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido indiferente	6	21,4	21,4	21,4
de acuerdo	19	67,9	67,9	89,3
totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

La Tabla 38 muestra que, entre los encuestados, el 67,9% estaba de acuerdo en que es aceptable acceder y utilizar plataformas de información con el fin de compartir conocimientos explícitos, el 21,4% no expresó ninguna opinión dando a conocer su indiferencia y el 10,7% dijo estar totalmente de acuerdo con este planteamiento.

**Tabla 39**

*¿La plataforma de información utilizada por la empresa contribuye a su conocimiento y desempeño laboral?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
indiferente	9	32,1	32,1	42,9
de acuerdo	9	32,1	32,1	75,0
totalmente de acuerdo	7	25,0	25,0	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En esta tabla 39 demuestra que el 32,1% de encuestados no estaba seguro de cómo la plataforma de información de la empresa afectaba a sus conocimientos y rendimiento en el trabajo y muestra su indiferencia, el 32,1% estaba de acuerdo en que sí, el 25,0% estaba totalmente de acuerdo y el 10,7% en desacuerdo.

**Tabla 40**

*¿Existe una clara documentación de los procesos clave que se desarrollan en la empresa?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
indiferente	9	32,1	32,1	35,7
de acuerdo	17	60,7	60,7	96,4

totalmente de acuerdo 1		3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Esta tabla 40 exhibe que el 60,7% de encuestados está de acuerdo en que el avance clave desarrollados por la empresa deben estar claramente documentados, el 32,1% no expresa ninguna opinión mostrando indiferencia, el 3,6% está en desacuerdo y el 3,6% está totalmente de acuerdo.

**Tabla 41**

*¿El conocimiento explícito de los procesos facilita la toma de decisiones y la resolución de problemas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	4	14,3	14,3	14,3
	indiferente	15	53,6	53,6	67,9
	de acuerdo	4	14,3	14,3	82,1
	totalmente de acuerdo 5	5	17,9	17,9	100,0
Total		28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En esta tabla 41 señala que al 53,6% de encuestados se muestran indiferentes a lo que no les preocupa conocer explícitamente los procesos que ayudan a la resolución de problemas y a la toma de decisiones; el 17,9% está totalmente de acuerdo con esto; el 14,3% está en desacuerdo con esto; el 14,3% está de acuerdo con esto; y el 14,3% está de acuerdo con esto.

**Tabla 42**

*La empresa tiene procedimientos claramente documentados para diversas actividades.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
en desacuerdo	19	67,9	67,9	75,0
indiferente	7	25,0	25,0	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

El cuadro 41 señala el 67,9% de encuestados no está de acuerdo con que la empresa tenga procedimientos claramente documentados para las distintas actividades, el 25,0% no está seguro de esto así que muestra su indiferencia y el 7,1% está totalmente en desacuerdo con que la empresa tenga procedimientos documentados para las distintas actividades.

**Tabla 43**

*¿La existencia de procedimientos documentados facilita la estandarización de las operaciones?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
en desacuerdo	7	25,0	25,0	28,6
indiferente	6	21,4	21,4	50,0
de acuerdo	11	39,3	39,3	89,3
totalmente de acuerdo	3	10,7	10,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

En esta tabla 43 revela que el 39,3% de encuestados considera que la existencia de procedimientos definidos facilita la normalización de las operaciones. El 10,7% está totalmente de acuerdo en que la existencia de procedimientos documentados facilita la normalización de las operaciones, el 3,6% está totalmente en desacuerdo y el 25,0% está en desacuerdo en que la existencia de procedimientos documentados facilita la normalización de las operaciones. El 21,4% se mostró indiferente ante esta afirmación.

**Tabla 44**

*¿Se comparten de manera efectiva los datos relevantes de la organización entre los empleados?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
indiferente	6	21,4	21,4	25,0
de acuerdo	19	67,9	67,9	92,9
totalmente de acuerdo	2	7,1	7,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

Esta tabla 44 presenta que el 67,9% de encuestados están de acuerdo con el comportamiento de la organización en la difusión efectiva de datos relevantes entre los empleados, el 21,4% no están preocupados con el comportamiento así que mostraron indiferencia, el 7,1% están totalmente de acuerdo con el comportamiento de la organización en la difusión de datos relevantes entre los empleados y el 3,6% de los encuestados no están de acuerdo con el comportamiento de la organización en la difusión efectiva de datos relevantes entre los empleados.

**Tabla 45**

*¿La disponibilidad de datos contribuye a la toma de decisiones informadas en su área de trabajo?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
en desacuerdo	2	7,1	7,1	14,3
indiferente	11	39,3	39,3	53,6
de acuerdo	9	32,1	32,1	85,7
totalmente de acuerdo	4	14,3	14,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

*Nota.* Resultado del SPSS

El cuadro 45 muestra que el 39,3% de los encuestados no estaban preocupados por la disponibilidad de datos que les ayudaran a tomar decisiones informadas en su línea de trabajo así que dieron a conocer su indiferencia, el 32,1% estaban de acuerdo en que tales datos estaban disponibles, el 14. El 32,1% estaba de acuerdo en que se disponía de esos datos, el 14,3% estaba totalmente de acuerdo en que se disponía de esos datos, el 7,1% estaba totalmente en desacuerdo en que se disponía de esos datos y el 7,1% estaba en desacuerdo en que se disponía de esos datos.

### 4.3. Contraste de hipótesis.

#### 4.3.1. Prueba de normalidad

Regla de decisión:

H0: Los datos son normales

H1: Los datos no son normales

Si P valor es menor a 0.05, los datos no son normales por lo que se acepta H1

Si P valor es mayor a 0.05, los datos son normales por lo que se acepta H0

#### 4.3.2. Prueba de normalidad para la variable responsabilidad social empresarial

**Tabla 46**

*Pruebas de normalidad Responsabilidad Social Empresarial*

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
suma de responsabilidad social empresarial	,171	28	,036	,906	28	,016

a. Corrección de significación de Lilliefors

Datos de la variable RSE no son normales, como muestra en la tabla 46, que indica que se ha utilizado la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, ya que la muestra es de 28 menos de 50. Sobre la base de este indicador, se encuentra un valor sig. igual a 0,016 inferior a 0,05.

### 4.3.3. Prueba de normalidad para la variable gestión del conocimiento

**Tabla 47**

*Pruebas de normalidad gestión del conocimiento*

	Kolmogorov-Smirnova		Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
suma de gestión del conocimiento	,161	28	,061	,904	28	,014
Corrección de significación de Lilliefors						

La tabla 47 muestra que se usó una prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, ya que el tamaño de la muestra es de 28 menos de 50 personas. A partir de este indicador, se encuentra un valor sig. de 0,014 inferior a 0,05, lo que indica que los datos de la variable gestión del conocimiento no son normales.

### 4.3.4. Verificación de las hipótesis.

Dado que los datos de ambas variables no son normales, se emplearon pruebas paramétricas para verificar los supuestos de esta investigación. También se usó el coeficiente de correlación de RHO Spearman porque intentábamos encontrar una relación.

#### 4.3.4.1. Verificación de la hipótesis general.

La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona en forma significativa con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023.

H0: La Responsabilidad Social Empresarial no se relaciona en forma significativa con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023.

H1: La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona en forma significativa con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023.

**Tabla 48**

*Correlaciones verificación de la hipótesis general*

<b>Correlaciones</b>				
			suma de responsabilidad social empresarial	suma de gestión del conocimiento
Rho de Spearman	suma de responsabilidad social empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	-,718**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	28	28
	suma de gestión del conocimiento	Coefficiente de correlación	-,718**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	28	28

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

La tabla 48 muestra que el resultado del SPSS da como resultado un coeficiente de correlación negativa -0,718. Esto se debe a la poca población que hay en la empresa Plaza Vea como a su vez el poco conocimiento que tienen de ambas variables y también nos da un nivel de sig. de 0.000 inferior a 0,05 lo que indica que la gestión del conocimiento y la responsabilidad social de las empresas tienen una asociación significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis H1.

#### **4.3.4.2.Verificación de las hipótesis específica 1.**

La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

H0: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social no se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

H1: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

**Tabla 49***Correlaciones Verificación de las hipótesis específica 1*

<b>Correlaciones</b>				
			suma de gestión del conocimiento	suma de la dimensión social
Rho de Spearman	suma de gestión del conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	-,443*
		Sig. (bilateral)	.	,018
		N	28	28
	suma de la dimensión social	Coefficiente de correlación	-,443*	1,000
		Sig. (bilateral)	,018	.
		N	28	28

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

La tabla 49 muestra que el resultado del SPSS nos señala un coeficiente de correlación negativa de -0,443. Esto se debe como bien se describe a la poca población que tiene plaza Ve a y el poco concepto que tienen de estas dos variables dentro de la organización y también nos da un valor sig. de 0,018 inferior a 0,05, lo que indica que la dimensión social y la gestión del conocimiento tienen un vínculo significativo. En consecuencia, se acepta la hipótesis H1.

#### 4.3.4.3. Verificación de la hipótesis específica 2.

La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

H0: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica no se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

H1: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

#### Tabla 50

*Correlaciones Verificación de la Hipótesis Específica 2*

<b>Correlaciones</b>				
			suma de gestión del conocimiento	suma de la dimensión económica
Rho de Spearman	suma de gestión del conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	-,738**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	28	28

suma de la dimensión económica	Coefficiente de correlación	-,738**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	28	28

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

La tabla 50 muestra que el resultado del SPSS nos señala un coeficiente de correlación negativa de -0,738. Esto percute por cómo influye mucho la poca población que hay dentro de Plaza Vea, dado que también es por como los trabajadores no tienen un concepto claro de ambas variables, de tal manera que también se tiene un valor sig. de 0,000 inferior a 0,05, lo que señala que el componente económico y la gestión del conocimiento tienen una asociación significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis H1.

#### **4.3.4.4. Verificación de la hipótesis específica 3.**

La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

H0: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ambiental no se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

H1: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023

**Tabla 51***Correlaciones Verificación de la hipótesis específica 3*

<b>Correlaciones</b>				
			suma de gestión del conocimiento	suma de la dimensión ambiental
Rho de Spearman	suma de gestión del conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	-,620**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	28	28
	suma de la dimensión ambiental	Coefficiente de correlación	-,620**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	28	28

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

Como puede observarse en la tabla 51 del resultado del SPSS nos señala un coeficiente de correlación negativa de -0,620. Este valor nos da por cómo es que Plaza Vea una empresa grande de supermercado maneja poca población en su organización dado que tiene más empleados que no están contratados y solo están a prueba, de este modo resaltar el poco conocimiento que tienen de la RSE y la gestión del conocimiento. En esta tabla también se observa que se apoya la hipótesis H1, ya que encontrarse una correlación significativa en estas dos la gestión del conocimiento y el componente económico, con un valor sig. de 0,000 inferior a 0,05.

#### 4.4. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos de la presente investigación, señalan que la Responsabilidad social empresarial en su dimensión social tiene una relación significativa con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A. Plaza Vea de la ciudad de Tacna en el año 2023, indicándonos que a mayor uso de la Responsabilidad social empresarial en la empresa mayor será la relación que tiene la dimensión social con la gestión del conocimiento, lo que guarda relación con los resultados del trabajo de investigación realizada por (Vilca, 2023) quien expresa que su análisis permitió confirmar la existencia de esta relación y determinó que era significativa entre la responsabilidad social empresarial y al competitividad empresarial en la empresa Frioríficos Kobefood S.A.C. Es por eso que concluye que las empresas del sector alimentario comprendan el potencial de la responsabilidad social empresarial y como gestionar sus recursos de forma responsable, también resaltó que el desarrollo sostenible se guía por la responsabilidad social de las empresas.

Se precisa también que la relación de gestión del conocimiento de la dimensión económica en la RSE incrementa si se aplica debidamente esta variable, dado que guarda una similitud con los resultados (Perez, 2023) quien manifiesta que la RSE tiene relación con la decisión de compra virtual de los consumidores de Plaza Vea es por eso que la empresa tendría que diseñar sus operaciones con el resultado de un presupuesto dividido, una economía rotativa para dar una buena sostenibilidad ambiental en mente, y finaliza que reconoce que las empresas consideran la responsabilidad social empresarial como una herramienta y resalta la necesidad de evaluar la RSE de las empresas con respecto tanto a las empresas como a los consumidores.

Ahora si bien observamos también que esa relación de gestión del conocimiento con la dimensión ambiental si se llega aplicar debidamente haría que la Responsabilidad social empresarial incremente, afirmando esa similitud con los resultados (Quispe & Raymundo, 2023) que a mayor influencia de Responsabilidad social empresarial mayor valor de marca tendría la empresa La Baguettería & Delicatezze SAC. En definitiva, su estudio concluye que las de RSE y estima de notoriedad tiene vinculo favorable con un bajo grado de significancia de 0,001 y un coeficiente de Rho de Pearson de 0,485. Sugiriendo que un aumento de Responsabilidad social de las empresas en ámbito ambiental también se traduce en lo que claramente indicamos un aumento del valor de marca.

Finalmente se demostró que la responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento tienen una relación significativa en la empresa supermercados peruanos S.A. Plaza Vea de la ciudad de Tacna, viendo adecuadamente se ve una afinidad con el aporte de (Soto, 2021) que aplica el proceso de reclutamiento y selección de personas como eje vinculado de la Responsabilidad social empresarial, con el fin de reforzar el suinistro vivo, aumentar la empleabilidad y la capacidad de emprendimiento dentro de las comunidades, nos señala que prueba de ello fuea la creación de una red corporativa que dio preferencia al empleo local. En conclusión, se cree que los resultados de su estudio podrían mejorar las estrategias de empleabilidad utilizadas por los departamentos locales de recursos humanos, al tiempo que servirían de modelo para otras empresas comparables que deseen emular o aplicar practicas de Responsabilidad social empresarial en sus organizaciones.

En esta discusión de resultados comprenderemos ese segmento de esta investigación en describir los datos obtenidos ya contrastados de este estudio ya realizado. Entendiendo que es el aspecto más relevante de esta investigación interpretando los resultados y datos estadísticos con el marco teórico, obtenidos de la experiencia realizada y vivida en la Empresa supermercados peruanos S.A Plaza Vea de la ciudad de Tacna en el año 2023. En este caso las secciones de discusión se relacionarán directamente con las conclusiones de esta investigación y las recomendaciones que están a continuación:

## CONCLUSIONES

Una vez concluida la investigación, se determina que:

En esta tesis se examinó la relación entre la gestión del conocimiento y RSE en la cadena peruana de supermercados S.A. Plaza Veá de Tacna, 2023. Aquí se ve que, en el coeficiente de correlación nos señala negativo con un valor de  $-0,718$ . Esto se debe a la poca población que hay en la empresa Plaza Veá como a su vez el poco conocimiento que tienen de ambas variables y también que en la correlación general de verificación de hipótesis realizada en la Tabla 48, el valor sig. es  $0,00$ , que es menor que el nivel de significación de  $0,05$  e indica que existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la responsabilidad social empresarial.

En cuanto a esta primera hipótesis específica vemos un coeficiente de correlación negativa de  $-0,443$ . Dado que esto se debe a la poca población que tiene Plaza Veá y el poco concepto que tiene de estas dos variables dentro de la organización, de tal manera también se observó en la Tabla 49 el valor sig. que es de  $0,018$ , que es menor que el nivel de sig. de  $0,05$  e indica que existe una relación significativa entre la dimensión social y la gestión del conocimiento en la empresa peruana de supermercados PLAZA VEA S.A. de la ciudad de Tacna, 2023.

En cuanto a la segunda hipótesis específica, la Tabla 50 señala un coeficiente de correlación negativa de  $-0,738$  esto se debe claramente a la poca población que hay dentro de esta empresa, dado que también es por como los trabajadores no tiene un concepto claro y preciso de estas dos variables. Por consiguiente, observamos también que nos muestra que el valor sig. es  $0,00$ , que es menor que el nivel de significación de  $0,05$  e indica que existe una relación significativa entre la dimensión económica y la gestión del conocimiento. Esto sugiere que el estudio encontró una

relación significativa entre la dimensión económica y la gestión del conocimiento en la empresa peruana de supermercados PLAZA VEA S.A. de la ciudad de Tacna, 2023.

El resultado de la tercera hipótesis específica mostró un coeficiente de correlación también negativa de -0,620. Este valor nos da por cómo es que este Supermercado grande que está en la Ciudad de Tacna maneja poca población en su organización dado que tiene más empleados que no están contratados y solo están a prueba, de este modo resalta el poco conocimiento que tienen de la RSE y la gestión del conocimiento, y estas dos variables se observa que están significativamente correlacionadas en la dimensión ambiental en PLAZA VEA S.A. A esta conclusión se llegó tras analizar la correlación de verificación de la tabla 51 para la hipótesis específica 3, que arrojó un valor sig. de 0,00, que es inferior al nivel de significación de 0,05 e señala una relación significativa en estas dos la gestión económica y la gestión del conocimiento. En consecuencia, se aceptó la hipótesis H1.

## RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se sugiere que La empresa plaza Vea si bien RSE no tiene un flujo significativo en organizaciones, es necesario que se tome en cuenta desarrollarlo ya que ayuda al manejo de consumidores, accionistas, clientes y todos los demás Stakeholder a que tengan una mejor relación. Y llegar a un enfoque de estrategia de responsabilidad social empresarial evolutivo.

SEGUNDA: Se recomienda que, se siga trabajando con una buena gestión del recurso humano, ya que esto permite que la empresa aumente su competitividad, con la búsqueda de mejores talentos y personal calificado, haciendo mejoren las relaciones laborales dentro de esta, aplicando adecuadamente la responsabilidad social empresarial.

TERCERA: Se recomienda que, la empresa se interese más en la seguridad laboral, ya que la salud y seguridad de los trabajadores es parte fundamental para el funcionamiento de la misma; de esta manera puede crear un espacio seguro en el que los colaboradores o trabajadores se sientan cómodos.

CUARTA: Como ultima recomendación, la empresa debe mejorar su adaptación al cambio, no solo de la empresa misma sino también de los que trabajan en ella, ya que el mercado está en un cambio constante y es importante que la empresa implemente estrategias que se acoplen a esto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, L.E. (2022). Gestión del Conocimiento y herramientas de tecnologías de la información de una ONG de alumnos asociados de ingeniería, de la ciudad de Trujillo 2021. Trujillo, Perú.
- Álvarez, J.W; Reyes, V; & Marita, L. (2023). La gestión del conocimiento y su relación con la innovación en la empresa Constructora Kapricornio SRL. Trujillo, 2021. Trujillo, Perú.
- Cámara de Comercio de España (s. f). Gestión del Conocimiento. Cámara de Comercio de España.  
<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/gestion-conocimiento>.
- Canessa, G; & García, E. (2021). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Impreso en: Siklos S. R. Ltda.
- Cardozo, M. (2003). *Las empresas y su responsabilidad en el campo social. economía, sociedad y territorio*. Economía Sociedad y Territorio, vol. IV, p. 163-187.  
<https://www.redalyc.org/pdf/111/11101307.pdf>
- Castillo, M; & D´Vicente, Y. (2009). *Gestión del conocimiento y competitividad en el área de investigación y producción de los colegios e institutos universitarios privados de Maracaibo – Venezuela*. Clío América, 3(6), p. 165-182.  
<https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/389/353>
- Chambe, X. T. (2023). La Gestión Del Conocimiento Y Las Estrategias De Ventas de prendas de vestir para damas en el Centro Comercial Mercadillo Bolognesi, Tacna 2022. Tacna, Perú.

- Christensen, P. (2003). *Knowledge Sharing - Time Sensitiveness and Push-Pull Strategies in a Non-Hype Organisation*. Copenhagen : Department of Management, Politics and Philosophy Copenhagen Business School.
- Curo, M. (2020). La responsabilidad social y la competitividad de la sede central. Tacna, Perú.
- Díaz, G.; & Bertha, H. (2017). *La importancia de la gestión del conocimiento*. Expotextilnews. p.11.
- Europea, C. (2001). *Fomentar un marco europeo Libro verde de la comisión europea*. Diario Oficial de la Comunidades Europeas. p. 7.
- Gallego, N., & Rave, E.(2022). *La gestión del conocimiento como proceso fundamental para el mejoramiento empresarial y académico*. Economía & Negocios Vol. 4, p.114-123.
- García, D. (2004). *Ética empresarial del diálogo a la confianza*. Editorial Trotta.
- García, E. D.; & Leyva, J. J. (2022). Responsabilidad social empresarial y la equidad de marca del retail Saga Falabella - Piura, 2021. Piura, Perú.
- García, J. (2019). Gestión del conocimiento y eficiencia en proyectos. Caso empresa Robuspack. Santiago de Querétaro- Mexico
- Gómez, I.(2020). *Desarrollo Sostenible*. España editorial elearning s.l. p.27.
- Hernández, J.P. (2023). Responsabilidad social empresarial y su efecto en el desempeño financiero : Evidencia para compañías de mercados emergentes. Santiago, Chile.
- Huanacune, E. (2019). La Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial. Tacna, Perú.

Martínez, V. (2019). Prácticas de gestión del conocimiento en la relación entre dirigentes y equipo de salud en el marco del Programa de Participación de un Cesfam de la zona Sur de Santiago. Santiago, Chile.

McFadyen, A., Semadeni, M., & Cannella, A. (2009). *Value of Strong Ties to Disconnected Others: Examining Knowledge Creation in Biomedicine*. *Organization Science*, Vol.20(3). P.552-564.

Microsoft. ( 21 de Agosto de 2021). *What is business intelligence?*.

Minakata, A. (2009). *Gestión del conocimiento en educación y transformación de la escuela. Notas para un campo en construcción*. *Revista Electrónica de Educación*. Sinéctica 32, p.17-19.

Nelson, B. (1997). *1001 formas de motivar a los empleados*. Ecuador: Editorial norma.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-creating Company*. Japan: Institute for operations research and the management sciences.

Olcese, A., & Alfaro, J. (2016). *La Responsabilidad Social, motor del cambio*. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*. P. 159-162.

Perez, K. I. (22 de marzo de 2023). Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la Decisión de Compra virtual de los consumidores del retail plaza vea, año 2022. Tacna, Perú.

Porret, M. (2010). *Gestión de personas :Manual para la gestión del capital human*. Editorial ESIC.

Quispe, Y. D., & Raymundo, A. N. (2023). Influencia de la responsabilidad social empresarial en el valor de marca de la empresa La Baguettería & Delicatzze SAC, Piura, 2022. Piura, Perú.

- Rocchetti, L, Medina, E., Olivera, J., & Gambini, G. (2010). *Ciencia & Desarrollo (15)*. La Responsabilidad Social Empresarial (Rse) Y Su Influencia En Los Resultados Económicos De Las Empresas Industriales De La Ciudad De Tacna. P. 81-87.
- Rodríguez González, Y., Cabrera Rodríguez, J. A., & Frías, B.(2018). *Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica*. Folletos Gerenciales. p. 180-189.
- Santa Cruz, A., Córdova, N., Cruz, J., & Villegas, A. (2022). *Gestión del conocimiento y efectividad organizacional en municipalidades de la provincia de San Martín, Perú*. Gobierno y Gestión publica. Vol. 9. p. 43-56.
- Santillán, M. (2010). *Gestión del conocimiento*. España: Netbiblo.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and de Democracy*. London and New York: Routledge.
- Solis, J. (enero-junio de 2015). *Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ambito laboral de las empresas..* Revista Latinoamericana. Derecho soc. ciudad de Mexico.
- Soto, A.K. (2021). *Proceso de Reclutamiento y Selección de Personas como eje vinculante de la Responsabilidad Social Empresarial*. Santiago, Chile.
- Sukmawari, S. (2016). *A Knowledge Management Strategy To Achieve*. International Journal Of Scientific & Technology Research. p. 334- 339.
- Valencuela, L.(2004). *Perspectivas De La Responsabilidad Social Empresarial Con Enfoque Ambiental*. Colombia.

Vásquez, J. (2012) *La responsabilidad social corporativa en los principales grupos de comunicación españoles: incorporación, gestión y análisis de la información a través de sus páginas web. Correspondencias & Análisis*,. p. 111-128.

Vilca, M. F.(10 de abril de 2023). Responsabilidad social empresarial y su relación con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C. en el año 2022. Tacna, Perú.

Wong,E. E. (29 de mayo de 2023) Gestión del conocimiento y su incidencia en la innovación de los emprendimientos rurales inclusivos del proyecto Haku Wiñay de la región Tacna, año 2022. Tacna, Perú.

**APÉNDICE**

Apéndice A. Matriz de Consistencia

**Tabla 52**

*Matriz de consistencia*

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensio	Metodología
Interrogante General:	Objetivo General:	Hipótesis General:	Variable 1 : Responsa bilidad social empresari al	Respon sabilidad Social  Respon sabilidad Económi ca  Respon sabilidad Ambienta l	Tipo de investigación: Básica o pura.
¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S? ¿A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?	Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna ,2023	La Responsabilidad Social Empresarial se relaciona en forma significativa con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023.			Diseño de investigación: no experimental
Interrogantes Específicas:	Objetivos Específicos:	Hipótesis Específicas:			Nivel de investigación: Relacional o correlacional
a) ¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S? ¿A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?	a) Definir la relación entre la dimensión social de la Responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023	a) La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023			
					Población y muestra

<p>b) ¿Cuál es la relación entre la dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?</p>	<p>b) Establecer la relación entre la dimensión económica de la Responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023</p>	<p>b) La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023</p>	<p>Variable 2: Gestión del conocimiento</p>	<p>Conocimiento tácito</p>	<p>Unidad de estudio: supermercados peruanos S.A plaza Vea Población de estudio: 28 trabajadores que laboran para la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna. Muestra de estudio: 28 colaboradores sumando con el área administrativa Plaza Vea Tacna</p>
<p>c) ¿Cuál es la relación entre la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S? ¿A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023?</p>	<p>c) Determinar la relación entre la dimensión ambiental de la Responsabilidad social empresarial y la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023</p>	<p>c) La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento en la empresa supermercados peruanos S.A PLAZA VEA de la ciudad de Tacna, 2023</p>		<p>Conocimiento explícito</p>	

*Nota.* Elaboración propia

## Apéndice B. Operacionalización de variables

## Variable Responsabilidad Social Empresarial

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1:			Inversión social
	El compromiso consciente de ejecutar por parte de la empresa la firma, tanto como externamente como internamente,	Social	Voluntariado empresarial
			Liderazgo social
			Productos de calidad
			Relaciones comerciales
Responsabilidad social Empresarial	tomando en consideración la probabilidad económica, ambiental y social de los involucrados	Económica	Proveedores
			Remuneración económica
			Iniciativas responsables
		Medioambiental	Nuevas tecnologías
			Impacto ambiental

*Nota.* Elaboración propia

## Variable Gestión del conocimiento

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 2:          Gestión del conocimiento	Es una actividad ya sea variada o individual que usa el conocimiento para alcanzar objetivos de la empresa,	Conocimiento tácito	Proyección del negocio
			Asistencia técnica
			Tipo de personal
			Interiorización
			Asistencia a capacitación
		Conocimiento explícito	Mejores prácticas
			Uso de plataforma de información
			Procesos que se desarrollan
			Procedimientos documentados
			Datos de la organización

*Nota.* Elaboración propia

## Apéndice C. Instrumentos de investigación

**Tabla 53**

### *Cuestionario*

Presentación:

**OBJETIVO:** La presente encuesta está enfocada a captar la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

### **INSTRUCCIONES**

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuestas, deberá elegir la que más se adecue a su entidad. Cada opción tiene un número, marque el número correspondiente a la opción elegida, de acuerdo a la siguiente forma:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	X3	2	1

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b>					
	<b>Inversion social</b>					

1	La empresa Plaza Ve, fomenta la formación y el desarrollo profesional de los trabajadores tanto administrativos como los operadores de planta.					
2	La empresa Plaza Ve, emplea mecanismos para medir la satisfacción de sus trabajadores y proveedores.					
<b>Voluntariado empresarial</b>						
3	La empresa Plaza Ve, toma medidas con sus colaboradores cuando hay una sobrecarga laboral					
4	La empresa Plaza Ve, promueve y facilita a que sus colaboradores realicen acciones de proyección social favor de la sociedad					
<b>Liderazgo social</b>						
5	En su entorno laboral, usted está satisfecho con el trato recibido por parte de su jefe directo.					
6	La empresa Plaza Ve promueve programas de apoyo que ofrece el equilibrio entre la vida y el trabajo como: vestimenta adecuada dentro de las instalaciones, horarios flexibles, política de familia e hijos.					
<b>Productos de calidad</b>						
7	Uno de los principales principios de la empresa Plaza Ve es proporcionar productos de calidad a sus clientes					
8	Los productos de la empresa cumplen con las normas de calidad nacional e internacional					
<b>Relaciones comerciales</b>						
9	La empresa Plaza Ve respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones					
10	Considera usted que la actividad comercial es determinante para desarrollar responsabilidad económica.					
<b>proveedores</b>						
11	En Plaza Ve se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.					
12	La empresa Plaza Ve, se preocupa por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores					
<b>Remuneración económica</b>						
13	Considera usted que el incentivo económico es determinante para desarrollar responsabilidad económica.					
14	La empresa cumple con sus beneficios sociales de manera continua					
<b>Iniciativas responsables</b>						

15	La empresa Plaza Vea fomenta y capacita sobre la buena segregación de residuos sólidos tanto peligrosos como no peligrosos y/o RAAE					
16	La empresa implementa programas para proteger el medio ambiente.					
<b>Nuevas tecnologías</b>						
17	La empresa cuenta con el equipo, la tecnología e infraestructura necesaria para reducir sus efectos ambientales					
18	Considera usted que la mejora continua es determinante para desarrollar responsabilidad ambiental.					
<b>Impacto ambiental</b>						
19	En Plaza Vea se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambientes y personas responsables de su ejecución					
20	La empresa participa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente.					
<b>GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>						
<b>Proyección del Negocio</b>						
21	La empresa fomenta la compartición de conocimiento tácito relacionado con las proyecciones y metas del negocio.					
22	¿Considera que el conocimiento tácito de sus colegas contribuye al éxito de las proyecciones comerciales?					
<b>Asistencia Técnica</b>						
23	La empresa facilita el intercambio de conocimientos técnicos entre los empleados					
24	¿Se siente respaldado por la empresa en términos de asistencia técnica cuando lo necesita?					
<b>Tipo de Personal</b>						
25	¿Existe un ambiente propicio para la colaboración entre diferentes tipos de personal en la empresa?					
26	¿Considera que la diversidad de habilidades del personal contribuye al conocimiento tácito en la organización?					
<b>Interiorización</b>						
27	¿Se alienta la internalización del conocimiento tácito adquirido en el día a día?					
28	¿Siente que la experiencia acumulada por el personal se valora y utiliza de manera efectiva?					
<b>Asistencia a Capacitación</b>						

29	La empresa brinda oportunidades adecuadas de capacitación para desarrollar conocimientos tácitos.					
30	¿Considera que la asistencia a capacitaciones mejora el conocimiento tácito de los empleados?					
<b>Mejores Prácticas</b>						
31	¿Se promueve y reconoce el uso de mejores prácticas dentro de la empresa?					
32	¿Considera que la documentación de mejores prácticas mejora la eficiencia en el trabajo?					
<b>Uso de Plataforma de Información</b>						
33	La empresa facilita el acceso y uso de plataformas de información para compartir conocimiento explícito					
34	¿La plataforma de información utilizada por la empresa contribuye a su conocimiento y desempeño laboral?					
<b>Procesos que se Desarrollan</b>						
35	¿Existe una clara documentación de los procesos clave que se desarrollan en la empresa?					
36	¿El conocimiento explícito de los procesos facilita la toma de decisiones y la resolución de problemas?					
<b>Procedimientos Documentados</b>						
37	La empresa tiene procedimientos claramente documentados para diversas actividades.					
38	¿La existencia de procedimientos documentados facilita la estandarización de las operaciones?					
<b>Datos de la Organización</b>						
39	¿Se comparten de manera efectiva los datos relevantes de la organización entre los empleados?					
40	¿La disponibilidad de datos contribuye a la toma de decisiones informadas en su área de trabajo?					

*Adoptado de:* (Huanacune, 2019)