

Responsabilidad social sostenible y las herramientas de gestión empresarial caso: Empresa agroexportadora MISTI S.A. Periodo 2020 -2022

Sustainable social responsibility and business management tools case: Agro-export company MISTI S.A.
Period 2020 -2022

 María Petronila Vera Castro
mvera73@gmail.com
Universidad Nacional Federico Villareal, Perú

Resumen

Objetivo: Determinar el nivel de responsabilidad social sustentable asociado a las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el periodo 2020-2022. **Métodos:** La parte metodológica es un manuscrito básico con un diseño no experimental, y en todo el mismo es de nivel descriptivo. Se vincula con la estrategia de prueba de hipótesis mediante el uso de análisis de correlación y escalas de medición Likert aplicadas a los resultados obtenidos de los instrumentos de recolección de datos. **Población:** Una población finita es aquella que el investigador puede definir como un todo según la unidad de análisis. **Muestra:** Fueron 52 colaboradores y participantes en la encuesta corporativa. **Resultados:** Existe un alto grado de correlación entre las variables investigadas ya que el coeficiente de correlación de Spearman (r) alcanza 0.912, la significancia binomial es 0.000, el error estadístico permitido es menor a 0.05 y el nivel de confianza es del 95%. **se muestra.** **Conclusión:** La responsabilidad social sostenible tiene una relación directa e importante con las herramientas de gestión, y las actualizaciones del marketing social, el sentido empresarial básico, la mejora a través del empoderamiento y el benchmarking en la investigación son herramientas de gestión. **Recomendación:** La empresa debe fortalecer aún más sus actividades comerciales, brindar soluciones innovadoras como lo ha hecho MISTI SA en los países exportadores de productos agrícolas y desempeñar un papel más activo y ampliado en la sociedad.

Palabras claves: Responsabilidad social sustentable, herramientas de gestión, empresa agroexportadora MISTI SA del 2022 al 2022.

Abstract


Objective: Determine to what extent sustainable social responsibility is related to business management tools, the case of Agroexportadora MISTI SA, period 2020 – 2022. **Method:** The methodological part is the basic manuscript, with a non-experimental and transversal design, descriptive level of association with a hypothesis testing strategy through correlation analysis applied to the results obtained from the data collection tool and using a Likert scale. **Population:** Finite populations are those that the researcher can define in their entirety in terms of their unit of analysis. **Sample:** There were 52 collaborators and participants in the company's research. **Result:** A high linear relationship was shown between the variables under study, since the Spearman correlation coefficient (r) reached 0.912 and a binary significance of 0.000, that is, less than the acceptable statistical error of 0.05 and with a level of 95% confidence. **Conclusion:** Sustainable social responsibility has a direct and important relationship with management tools, social marketing updates, basic business sense, improvement through empowerment and benchmarking are management tools in research. **Recommendation:** The company should promote more business activities and play a more active and expanded role in society, offering innovative solutions as MISTI SA did in Agroexportadora.

Keywords: Sustainable social responsibility, management tools, agricultural export company MISTI SA in the period 2022-2022.



Publicado: 26/04/2024
Aceptado: 24/04/2024
Recibido: 05/02/2024

Open Access
Article review

 <https://doi.org/10.47422/ac.v5i2.167>

Este artículo es publicado por la Revista de Investigación Científica y Tecnológica Alpha Centauri, Professionals On Line SAC. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>) que permite compartir (copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato) y adaptar (remezclar, transformar y construir a partir del material) para cualquier propósito, incluso comercialmente.



Introducción

Este estudio examina las principales teorías y tiene como objetivo sentar las bases y sugerir posibles soluciones en adaptación sostenible, probando las principales teorías y aplicando EL MISTI, el caso de la agroexportadora MISTI SA, del 2020 al 2022. Describir y explicar el concepto de sostenibilidad. Herramientas de gestión y responsabilidad social en SA. hoy. Estrategia de responsabilidad social basada en la realidad corporativa. En este sentido, los estudios similares son escasos, se refieren a otros campos y son muy generales. (Allaire, 2007).

El propósito de la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible de 2015 es, entre otros, analizar los principales problemas y carencias que enfrentan los pueblos del mundo, especialmente en los países menos desarrollados. Para abordar las cuestiones anteriores, 193 países han establecido la Agenda 2030, un total de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 objetivos que deben alcanzarse para fomentar el progreso económico y social de las sociedades de todo el mundo. En ese sentido, es profundo. modelo de transición. (Argandoña, 2009).

Para solucionar los problemas que se presentan en la imagen corporativa sostenible de las empresas, se introducen herramientas de gestión como el empoderamiento y el benchmarking para promover el crecimiento sostenible y mejorar los aspectos económicos y la responsabilidad social y ambiental. Los mayores beneficios a largo plazo provienen de un compromiso ético con los objetivos de la empresa más allá de las obligaciones legales y la filosofía, y este es el sentido empresarial fundamental de Exportación Agrícola MISTI SA para el período 2020-2022. (Arroyo, 2012).

Debido a que el propósito de una empresa define su razón principal de existencia y su impacto en el mundo, implementar un programa de responsabilidad social dentro de una organización es un principio que rige su diseño, integración y finanzas. La teoría de la gestión del valor significa controlar la existencia de no está completo. (Arévalo y Cerro, 2000).

Reducir costos a través de la planificación estratégica a pesar de que la declaración de misión y visión de la empresa no esté completamente alineada con el documento (misión, visión) debido a diferentes intereses entre las partes interesadas internas y externas de la organización que necesitan hacerlo. (Arias, 1999).

El uso de liderazgo, calidad, servicio al cliente y otros términos similares que actúan como comodines válidos en cualquier tipo de comunicación genera fricciones a la hora

de definir el público de su negocio y como fuente de ventaja competitiva. (Arias, 2006).

La falta de implicación e interés tanto de los directivos como del personal de desarrollo en la organización requiere trabajo en equipo, estrecha coordinación y elimina tareas innecesarias. (Cancino y Morales, 2008).

Por otro lado, muchas empresas no tienen una dirección o un propósito claro y se centran en encontrar una empresa que sea reconocida por su público objetivo y mejorar su reputación, pero debido a que la filosofía y los valores corporativos están muy dispersos, no es fácil. (Bernal, 2010).

Por lo tanto, las empresas necesitan mejorar sus predicciones de desempeño basándose en las ideas que los individuos desarrollan sobre el valor de la empresa, lo que requiere indicadores de actitudes, creencias y tendencias de gestión. (Cueto, 2010).

Cabe señalar que Agroexportadora MISTI SA necesitaba una forma de incrementar las ventas y agregar valor a la imagen organizacional, buscando beneficios directamente relacionados con la empresa. Según el análisis de marketing, esto puede entenderse como "Intentémoslo". (Cálix et al., 2016).

Así que por favor hazlo correctamente. 'Eso es mejor' Me di cuenta de que muchos empleados ya no ven a la empresa como un todo y sienten que no son responsables de los resultados obtenidos. Como resultado, diferentes partes de la organización funcionan como islas independientes. (Gisbert y Raissouni, 2014).

En este sentido, es necesario motivar a los empleados dándoles un sentido de propiedad y responsabilidad por su trabajo. Esto puede respaldarse con herramientas de gestión de soporte empresarial, pero también requiere una evaluación comparativa con las partes interesadas de la industria para identificar oportunidades de mejora y ayudar a mejorar los aspectos internos del negocio. Período de Niebla SA 2020-2022 (García, 2015).

Contamos con empresas con inversiones responsables y compromisos que promueven los derechos humanos y el comercio justo. También necesitamos objetivos ambientales para mejorar el medio ambiente, por lo que la mayoría de los consumidores esperan obtener algo más que beneficios de los esfuerzos de sostenibilidad y conducir a un cambio circular. (Hernández y Cano, 2017).

Me gustaría plantear esto como una pregunta general, ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social sustentable con las herramientas de gestión empresarial en el periodo 2020-2022?, En temas específicos, Agroexportadora MISTI SA, en el periodo 2020-2022 ¿Cómo se relaciona el

marketing social con las herramientas de gestión empresarial? ¿El sentido empresarial básico se relaciona con las herramientas de gestión empresarial en Agroexportadora MISTI SA, 2020-2022?

El objetivo general es determinar el nivel de integración de herramientas de responsabilidad social sustentable y gestión empresarial para el periodo 2020-2022 en el caso de la empresa agroexportadora MISTI SA. En este contexto, los objetivos específicos son: Análisis de la relación entre marketing social y herramientas de gestión empresarial, caso de Agroexportadora MISTI SA, periodo 2020-2022. Por lo tanto, comprenda cómo se relaciona el sentido empresarial básico con las herramientas de gestión empresarial. Agroexportadora MISTI SA, el caso para 2020-2022.

Asimismo, como hipótesis general, la responsabilidad social más sostenible está relacionada con las herramientas de gestión empresarial. Caso: Empresa Agropecuaria Exportadora MISTI SA Para el periodo 2020-2022, específicamente agregamos supuestos adicionales. Herramientas completas de gestión empresarial relacionadas con el marketing social, Caso: MISTI SA Empresa Exportadora de Productos Agropecuarios para el periodo 2020-2022. Similarmente, Sólido sentido empresarial básico sobre el estado actual de las herramientas de gestión empresarial: Empresa Agroexportadora MISTI SA para el período 2020-2022.

La siguiente información general de este país se presenta en detalle. Valdez (2021) afirma en su trabajo “La relación entre benchmarking y ventas de la estación de servicio Huacho Yurita – 2020” de la Universidad de San Pedro, Huacho, Perú: Encontrar la relación entre las variables estándar y la facturación de las gasolineras es el propósito de mejora continua de la unidad económica en cuestión, en cuanto al método de aplicación y al nivel de descripción de la relación.

El grupo muestra estuvo formado por 30 clientes que visitaban periódicamente el establecimiento y la técnica e instrumento aplicado fue un cuestionario. (Hernández et al., 2014).

Rodríguez (2019) señala en el trabajo “La RSE de las grandes empresas agroindustriales como modelo para las pequeñas y medianas empresas en Libertad 2019” que en los últimos años se ha producido un verdadero auge de las herramientas de gestión, medición y comunicación. Creado. Reconocer los logros en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. Existen normas que acompañan la conducta empresarial e incluyen muchas reglas, directrices, principios y modelos operativos desarrollados por diversas agencias gubernamentales y

organizaciones no gubernamentales, pero esta es una acción voluntaria adoptada por las entidades de gestión.

Díaz et al. (2017), en este estudio se encontró que existía poco apoyo comunitario ya que había poco conocimiento sobre herramientas de medición y poca actividad basada en el concepto de sensibilidad ambiental. Dicho esto, la compañía ha desarrollado algunas actividades en el ámbito de la responsabilidad social corporativa, a la que pone menos énfasis en sus planes estratégicos. Tenga en cuenta que este amplio y complejo instrumento de medición se aplicó explícitamente a los participantes. Por ejemplo, en términos de complejidad, las preguntas requieren una comprensión sofisticada de aspectos amplios y sensibles de la organización, lo que dificulta su aplicación a empleados en puestos de nivel inferior, especialmente la clase trabajadora.

En el contexto internacional se consideró a Viteri y Jácome (2011). Ecuador. Es el compromiso voluntario de una empresa de contribuir al desarrollo social sostenible, teniendo en cuenta diversos factores y relaciones dentro de la estructura organizacional para identificar necesidades, definir, seleccionar y aplicar estrategias. Debe formularse como un medio integrado y sistemático. Evaluar los resultados obtenidos y crear un modelo de gestión que permita a las empresas integrar en sus planes herramientas estratégicas para satisfacer las necesidades de su entorno. Las partes interesadas y los grupos de interés deben participar en los procesos de toma de decisiones de la organización, y estos procesos apoyan a la organización alcanzar la excelencia

Hernández y Escobar (2017). Columbia. El objetivo es desarrollar un modelo de contabilidad social como herramienta de gestión que contribuya al reconocimiento, medición y difusión del comportamiento socialmente responsable en las organizaciones. Para lograr este objetivo, se utilizó el análisis de documentos como método de examen de la información, y se utilizó la investigación cualitativa, métodos deductivos y tradiciones interpretativas.

A partir de este enfoque metodológico, se creó un modelo contable basado en indicadores de reporte global. Iniciativa GRI. Finalmente, se concluye que el modelo de contabilidad social proporciona un punto de partida para mejorar los procesos de toma de decisiones relacionadas con la gestión social en las organizaciones.

Al abordar la responsabilidad social sostenible desde una perspectiva puramente macroeconómica, explica: “Gestionar según estándares de RSE contribuirá definitivamente al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Nuestro objetivo es reducir el impacto medioambiental de nuestras generaciones sin agotar los

recursos naturales, si nuestro objetivo es crear riqueza de forma sostenible, aprovechando al mismo tiempo. Teniendo en cuenta a las generaciones futuras, está claro que todos necesitamos mejorar nuestros procesos para llegar allí. Desde finales de los años 1990, el concepto de "responsabilidad social corporativa" ha sido adoptado por muchos actores en el contexto económico y social de las políticas globales aplicadas. incluidas instituciones financieras, empresas que cotizan en bolsa, fundaciones, instituciones de desarrollo, escuelas de negocios e inversores. (Aguilera y Puerto, 2012).

Por ello, las empresas son valoradas no sólo por sus funciones económicas, sino también por aspectos muy diversos, como la calidad de vida laboral, el respeto y protección de los recursos ambientales, los beneficios sociales, el marketing responsable, la ética empresarial, social y ambiental. de "Este concepto de gobernanza y gestión implica una serie de sistemas autónomos que tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los grupos de interés (grupos de interés o stakeholders) y crear un nuevo equilibrio económico, con el objetivo final de la sostenibilidad, además de los aspectos sociales y ambientales. dentro del concepto de RSE incluye el compromiso de transparencia que una empresa logra con la sociedad, incluido el buen gobierno corporativo. Las

Tabla 1

Relación entre responsabilidad social y herramientas de gestión

		responsabilidad social	herramientas administrativas
La fila del lancero	responsabilidad social	coeficiente de correlación	1000
		signo (binario)	.000
		Norte	52
	herramientas administrativas	coeficiente de correlación	.912 **
		signo (binario)	.000
		Norte	52

Nota. La correlación resultó ser significativa y positiva con el coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0,902$). Esto representa un nivel de significancia binaria de 0,000. Esto es inferior al valor aceptable del índice de determinación 0,05 (5%). Como resultado del índice de dispersión se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 1

Ha: El Marketing Social tiene relación directa con las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el periodo 2020-2022.

prácticas relacionadas también pueden operacionalizarse en forma de informes anuales que pueden ser verificados por organismos externos. (Albarracín, 2018).

Materiales y Métodos

Se trata de una investigación relacionada descriptiva, correlacional y explicativa.

Este diseño no es experimental, aleatorio ni factorial porque "recopila datos en un momento único en un momento específico".

Se utilizó como metodología este estudio y se utilizó estadística descriptiva e inferencial mediante la prueba de Rho Serman.

Resultados

Los resultados son los siguientes.

Ha: La responsabilidad social sostenible tiene relación directa con las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el periodo 2020-2022.

Ho: La responsabilidad social sostenible no tiene relación directa con las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el período 2020-2022.

Ho: Marketing Social no tiene conexión directa con las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el período 2020-2022.

Tabla 2

Herramienta de gestión de enlaces de marketing social

		Mercadeo social	herramientas administrativas
La fila del lancero	Mercadeo social		
	coeficiente de correlación	1000	.910 **
	signo (binario)	.	,000
	Norte	52	52
	herramientas administrativas		
	coeficiente de correlación	.910 **	1000
	signo (binario)	,000	.
	Norte	52	52

Nota. En la Tabla 2, la correlación también es significativa y positiva con el coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0,910$), lo que indica un nivel de significancia binaria de 0,000, que es inferior al valor del índice de decisión aceptado de 0,05 (5%), que indica validez. de los resultados de la investigación. Por lo tanto, se acepta el índice de dispersión y la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2

Ha: Sentido Empresarial Básico está directamente vinculado a las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el período 2020-2022.

Ho: Sentido Empresarial Básico no está vinculado directamente con las herramientas de gestión empresarial de Agroexportadora MISTI SA para el período 2020-2022.

Tabla 3

La relación entre el sentido empresarial básico y las herramientas de gestión

		sentido comercial básico	herramientas administrativas
La fila del lancero	sentido comercial básico		
	coeficiente de correlación	1000	.887 **
	signo (binario)	.	,000
	Norte	52	52
	herramientas administrativas		
	coeficiente de correlación	.887 **	1000
	signo (binario)	,000	.
	Norte	52	52

Nota. Correlación positiva y estadísticamente significativa con la Tabla 3, coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0,887$). Indica un nivel de significancia binaria de 0,000. Esto es inferior al valor de tolerancia de 0,05 (5 %) para el índice de decisión, lo que indica la validez del índice de decisión. resultado. Por lo tanto, para el índice de dispersión se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula

Discusión

Con base en los resultados obtenidos, este estudio se fundamenta en la existencia de un alto nivel de correlación positiva entre la responsabilidad social sustentable y las herramientas de gestión, y para la hipótesis general del estudio, utilizando el método de Spearman se proporcionaron valores de coeficientes de correlación.

evidencia. El valor 0,912 tiene un significado binario. nivel. 0,000 es el valor mínimo estadísticamente aceptable de 0,05. Este efecto lo confirma Valdez (2021), quien enfatiza las herramientas y benchmarks de ventas internas y el objetivo de mejora continua con benchmarks internos para crear una relación muy fuerte en lo que respecta a ventas.

De igual forma, Rodríguez (2019) sostiene que gestionar, medir y recompensar la implementación de la RSE requiere principios, valores, entre muchos otros elementos de una conducta empresarial responsable, ya sea en la agricultura o en la industria, señala que es necesario crear un compromiso con la aplicación de estándares. . . Sirve como modelo para las nuevas herramientas de gestión creadas en los últimos años.

Por otro lado, Hernández y Manrique (2017) explican el éxito competitivo de las empresas exportadoras de productos agrícolas de uva fresca, ya que las actividades comerciales entre empresas de una misma industria siempre traen buenos resultados, además de la responsabilidad social empresarial (RSE) y la competitividad. Una práctica que permite desarrollar una amplia gama de estrategias que pueden aportar una mejora continua a las empresas y la conclusión de que la responsabilidad social corporativa actual es el camino hacia el crecimiento sostenible.

Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, este estudio se fundamenta en la existencia de un alto nivel de correlación positiva entre la responsabilidad social sustentable y las herramientas de gestión, y para la hipótesis general del estudio, utilizando el método de Spearman se proporcionaron valores de coeficientes de correlación. evidencia. El valor 0,912 tiene un significado binario. nivel. 0,000 es el valor mínimo estadísticamente aceptable de 0,05. Este efecto lo confirma Valdez (2021), quien enfatiza las herramientas y benchmarks de ventas internas y el objetivo de mejora continua con benchmarks internos para crear una relación muy fuerte en lo que respecta a ventas.

De igual forma, Rodríguez (2019) sostiene que gestionar, medir y recompensar la implementación de la RSE requiere principios, valores, entre muchos otros elementos de una conducta empresarial responsable, ya sea en la agricultura o en la industria, señala que es necesario crear un compromiso con la aplicación de estándares. . . Sirve como modelo para las nuevas herramientas de gestión creadas en los últimos años.

Por otro lado, Hernández y Manrique (2017) explican el éxito competitivo de las empresas exportadoras de productos agrícolas de uva fresca, ya que las actividades comerciales entre empresas de una misma industria siempre traen buenos resultados, además de la responsabilidad social empresarial (RSE) y la competitividad. Una práctica que permite desarrollar una amplia gama de estrategias que pueden aportar una mejora continua a las empresas y la conclusión de que la

responsabilidad social corporativa actual es el camino hacia el crecimiento sostenible.

Referencias Bibliográficas

1. Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Hacer crecer un negocio con responsabilidad social. *Revista de Pensamiento y Gestión*, (32), págs. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002
2. Albarracín, H. (2018). Propósito en la era de la sostenibilidad. *HarvardDeusto*.
3. Allaire, A. (2007). Responsabilidad social corporativa. Contribuyendo al desarrollo sostenible. *Revista Futuro*, V (17). <https://biblioteca.multiversidadreal.com/BB/Biblio/Alina%20Alea%20Garcia/Responsabilidad%20social%20empresarial.%20Su%20contribucion%20al%20desarrollo%20sostenible%20%281722%29/Responsabilidad%20social%20empresarial.%20Su%20con%20Alina%20Alea%20Garcia.pdf>
4. Arévalo, J. y Cerro, M. (2000). Benchmarking: Una herramienta para gestionar la excelencia en los servicios bibliotecarios y de información. *Jornadas de Bibliotecas de la Universidad de Castilla y León*, p.16-17. <http://eprints.rclis.org/4963/1/5.htm>
5. Argandoña, A. (2009). ¿Puede la responsabilidad social corporativa ayudarnos a comprender las crisis financieras? <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/DI-0790.pdf>
6. Arias, F. (1999). Proyecto de Investigación – Guía de Preparación. (3ª edición) Episteme editores.
7. Arias, F. (2006). Introducción a los métodos de investigación en ciencias de la gestión y ciencias del comportamiento. (3ª edición). límite.
8. Arroyo, J. (2012). Promotor Promotor: Pre-Responsabilidad Social Empresarial. Serie de Documentos de Trabajo de CENTRUM católica. https://vcentrum.pucp.edu.pe/investigacion/wps/pdf/CERES_WP2012-09-0004.pdf
9. Bernal, C. (2010). método de investigación. (3ª edición). Prentice Hall. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-FG-Arias-2012-pdf.pdf>
10. Cáliz, C., Martínez, L., Vigier, H. y Nuñez, J. (2016). El papel del empoderamiento en el éxito empresarial. *Administración Pública*, 117, págs. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456046142002>
11. Cancino, C. y Morales, M. (2008). Responsabilidad social corporativa. Conjunto de materiales didácticos, 1, pág.

- https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf
12. Cueto, C. (2010). Responsabilidad Corporativa en el Gobierno y la Administración Pública: Fundamentos y Soluciones Innovadoras para el Sector Público Local. https://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xivencuentroaeca/cd/40h.pdf
 13. Díaz, L., García, C., Tay, J. y Troncos, L. (2017). El estado de gestión de las empresas del sector agrícola de Piura con énfasis en la RSE. [Tesis de maestría, Universidad Católica del Perú]. ¿Repositorio Institucional PUCP, https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9651/DIAZ_GARCIA_GESTION_AGROINDUSTRIAL_PIURA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 14. García, M. (2015). Triple Resultado o Cuenta Triple Resultado. *Revista de Contabilidad y Gestión*, 20, págs. https://accid.org/wp-content/uploads/2018/11/LA_CUENTA_DEL_TRIPLE_RESULTADO.pdf
 15. Gisbert, V. y Raissouni, O. (2014). Herramientas de benchmarking, control de calidad y mejora continua. *Compañía 3C*, 3(20), págs. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50967/Gisbert%20Bomar%20-%20BENCHMARKING%20%20HERRAMIENTA%20DE%20Control%20DE%20CALIDAD%20Y%20MEJORA%20CONTINUA.pdf?sequence=1>
 16. Hernández, C. y Cano, M. (2017). La importancia del benchmarking como herramienta para mejorar la calidad del servicio de una organización. <https://www.uv.mx/iesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>
 17. Hernández, D. y Escobar, A. (2017). Modelo de contabilidad social como herramienta de gestión de la responsabilidad social empresarial. *Otro Willpower Country International Acerca de la gestión de la investigación, la ciencia y la investigación de operaciones (IJMSOR)*, 2 (1), p. 44-56. https://www.researchgate.net/publication/341325669_Modelo_de_contabilidad_social_como_herramienta_de_gestion_para_la_responsabilidad_social_empresa
 18. Hernández, D. y Manrique, G. (2017). Responsabilidad social empresarial y su impacto en el éxito competitivo de las empresas exportadoras de productos agrícolas de uva fresca. [Tesis de Pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL, <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7dd55893-691a-4908-b2c2-bb51c92b7417/content>
 19. Hernández, R. Fernández, C. y B. Aptista, P. (2014). método de investigación. (6ª ed.) McGraw-Hill. México.
 20. Rodríguez, A. (2019). Responsabilidad social empresarial de las grandes empresas agrícolas como modelo para las pequeñas y medianas empresas en Libertad 2019. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV, https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45674/Rodriguez_VAM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 21. Valdés, L. (2021). Relación entre benchmarks y ventas de Estación de Servicio Yorita Huacho – 2020. [Tesis de graduación de la Universidad de San Pedro]. Repositorio Institucional de la USP, http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/20.500.129076/18518/Tesis_70418.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 22. Vitelli, J. y Jacomet, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *Revista EÍDOS*, 4, pág. <https://pdfs.semanticscholar.org/bde6/4af672b8f44bf57da16303b58442b8834f62.pdf>
 23. Zemanova, B. (2011). Cómo mejorar la eficiencia de tu empresa aprendiendo de los mejores *Economía y Gestión* 14(1), págs.