



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

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



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**La deontología empresarial y su influencia en la responsabilidad social de  
la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

**AUTORES:**

Solange Stefany Gonzales Ramírez

Danny Daniel Ramírez Ushiñahua

**ASESOR:**

Lic. Adm. Mg. Julio Cesar Cappillo Torres

Tarapoto –Perú

2022

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN




#### La deontología empresarial y su influencia en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019

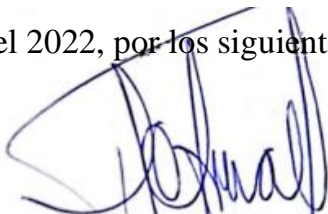
#### AUTORES:


Solange Stefany Gonzales Ramírez

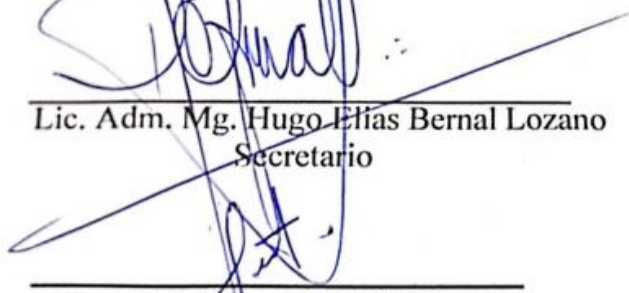
Danny Daniel Ramírez Ushiñahua

Sustentada y aprobada el 09 de junio del 2022, por los siguientes jurados

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Anibal Pinchi Vásquez  
Presidente

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Adm. Mg. Hugo Elías Bernal Lozano  
Secretario

  
\_\_\_\_\_  
M.B.A. Seidy Janíce Vela Reátegui  
Vocal

  
\_\_\_\_\_  
Mg. Julio Cesar Cappillo Torres  
Asesor



**UNSM**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE**  
**CIENCIAS ECONÓMICAS**

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

## **ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN CONDUCENTES A GRADOS Y TÍTULOS N° 013**

**Jurado reconocido con Resolución N° 035-2020-UNSM/FCE-CF/NLU.**

**Facultad de Ciencias Económicas, Escuela profesional de Contabilidad/Programa de pregrado.**

En la Plataforma Zoom Meeting de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, a las **09:00 horas** del día **jueves 09 de junio del año dos mil veintidós** inició al acto público de sustentación del trabajo de investigación: **"LA DEONTOLOGÍA EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA CORPAC S.A., TARAPOTO 2019"**, para optar título de **ADMINISTRADOR**, presentado por: **SOLANGE STEFANY GONZALES RAMÍREZ Y DANNY DANIEL RAMÍREZ USHIÑAHUA**; Con la asesoría del **Mg. JULIO CÉSAR CAPPILLO TORRES**.

Instalada la Mesa Directiva conformada por **Dr. ANÍBAL PINCHI VÁSQUEZ** (presidente del jurado), **Mg. HUGO ELÍAS BERNAL LOZANO** (secretario), **MBA. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI** (vocal), y acompañados por el **Mg. JULIO CÉSAR CAPPILLO TORRES** (Asesor), el presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a continuación el secretario dio lectura a la **Resolución N° 035-2020-UNSM/FCE-CF/NLU**. Seguidamente los autores expusieron el trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondidas por los sustentantes y eventualmente, con la venia del jurado, por el asesor.

Una vez terminada la ronda de preguntas el jurado procedió a deliberar para determinar la calificación final, para lo cual dispuso un receso de quince (15) minutos, con participación del asesor con voz, pero sin voto; sin la presencia de los sustentantes y otros participantes del acto público.



**UNSM**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE**  
**CIENCIAS ECONÓMICAS**

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

---

Luego de aplicar los criterios de calificación con estricta observancia del principio de objetividad y de acuerdo con los puntajes en escala vigesimal (de 0 a 20), según el Anexo 4.2 del RG – CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del jurado fue, (15); tal como se deja constar.

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones N° 002 de la Facultad de Ciencias Económicas.

Firman los integrantes del Jurado; los autores del trabajo de investigación y el Asesor en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las...10.20.....horas, el mismo día

**Dr. Aníbal Pinchi Vásquez**  
**presidente**

**Mg. Hugo Elías Bernal Lozano**  
**secretario**

**Mba. Seidy Janice Vela Reátegui**  
**Vocal**

**Solange Stefany Gonzales Ramirez**  
**Autor 1**

**Danny Daniel Ramirez Ushiñahua**  
**Autor 2**

**Mg. Julio César Cappillo Torres**  
**Asesor**

## Declaratoria de autenticidad



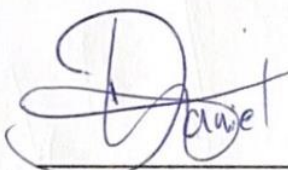

**Solange Stefany Gonzales Ramírez** con DNI N°70987206 y **Danny Daniel Ramírez Ushiñahua**, con DNI N°71483319, egresados de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, autores de la tesis titulada: **La deontología empresarial y su influencia en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.**

Declaramos bajo juramento que:

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

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

Tarapoto, 9 de junio de 2022.

 	 
<hr/> <b>Solange Stefany Gonzales Ramirez</b> DNI N°70987206	<hr/> <b>Danny Daniel Ramirez Ushiñahua</b> DNI N°71483319

## **Dedicatoria**

A mis papás Sonia y Javier, fueron aquellos que me han brindado su incondicional apoyo en el ámbito moral y económico para de esta manera lograr ser una profesional en Administración

**Solange Stefany**

A papá Jorge y mamá Dayli, quienes me dieron la vida, que con sus consejos y el acompañamiento diario me permiten hoy decir tarea cumplida para la obtención de mi título de Licenciado en Administración

**Danny Daniel**

## **Agradecimiento**

A los directivos y trabajadores de CORPAC S.A., por su valiosa colaboración como participantes al dar respuesta al cuestionario, cuya información fue fundamental para el desarrollar la investigación

A quienes dedicaron su tiempo para transmitirnos sus enseñanzas y experiencias prácticas durante el desarrollo de nuestra formación profesional, que son los docentes Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional de San Martín, gracias infinitas hacia ellos.

A todas las personas que nos asesoraron en la fase del análisis de datos de dicha investigación, nuestro eterno agradecimiento

**Los autores**



## Índice general

Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	1
<b>CAPÍTULO I: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>6</b>
1.1. Antecedentes de la investigación.....	6
1.2. Bases teóricas.....	10
1.3. Definición de Términos básicos.....	19
<b>CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>21</b>
2.1. Hipótesis .....	21
2.2. Sistema de variables.....	21
2.3. Tipo y nivel de investigación.....	23
2.4. Diseño de la investigación.....	23
2.5. Población y Muestra.....	24
2.6. Técnicas de recolección de datos.....	24
2.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	24
2.8. Materiales y métodos.....	25
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>26</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>45</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>46</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>47</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>50</b>

## Índice de tablas

N°	Detalle	Pág.
Tabla 1	Nivel de la dimensión ética de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.....	26
Tabla 2	Nivel de la dimensión moral de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.....	27
Tabla 3	Nivel de la responsabilidad social interna como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.....	30
Tabla 4	Nivel de la responsabilidad social externa como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.....	31
Tabla 5	Prueba de correlación de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.....	34

## Índice de figuras

N°	Detalle	Pág.
Figura 1	Nivel de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.....	29
Figura 2	Nivel de la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.....	33

## Resumen

La investigación titulada “La deontología empresarial y su como influye dentro de la responsabilidad social de CORPAC S.A. Tarapoto, 2019”, tipo aplicada, nivel correlacional, teniendo un diseño de carácter no Experimental, con una población igual a 21 laboradores y la muestra en censo, mediante técnica, también la encuesta y finalmente el instrumento el cuestionario, y el método el hipotético-deductivo, donde los resultados indican que, el nivel de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, obtiene valores de Casi siempre con 49.6%, A veces con 27.0%, Siempre con 12.7%, Casi nunca con 8.3% y 2.4% Nunca; el nivel de la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, obtiene valores de Casi siempre con 39.7%, seguido de A veces con 28.2%, Siempre con 17.9%, Casi nunca con 10.7% y 3.6% Nunca. Se concluye que, se determina existencia de influencia significativa de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, donde el valor del R de Pearson asume un valor 0.761.

**Palabras clave:** Deontología, Responsabilidad social, Empresa.

## Abstract

The research entitled "Corporate deontology and its influence on the social responsibility of the company CORPAC S.A. Tarapoto, 2019", is an applied research, with correlational level and non-experimental design, with a population equal to 21 workers and a census sample. The technique is a survey and the instrument is a questionnaire, and the method is hypothetical-deductive. The results indicate that the level of business deontology as the main tool of the company CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, obtains values of Almost always with 49.6%, Sometimes with 27.0%, Always with 12.7%, Almost never with 8.3% and 2.4% Never; the level of social responsibility as an added value in the company CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, obtains values of Almost always with 39.7%, followed by Sometimes with 28.2%, Always with 17.9%, Almost never with 10.7% and 3.6% Never. It is concluded that there is a significant influence of business deontology on the social responsibility of the company CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, where Pearson's R value assumes a value of 0.761.

Key words: Deontology, Social responsibility, Business.



## Introducción

La deontología empresarial y la responsabilidad social son dos conceptos que tienen que ser interpretados desde un enfoque de complementariedad, y no de manera independiente, pues la responsabilidad social tiene sus sustento en los principios de la deontología empresarial, que supone que se asuma como parte de la cultura organizacional de una empresa de los principios y valores morales que regulan la convivencia humana y que se hallan generalmente aceptados por quienes conforman una colectividad, sin embargo Gutiérrez (2018) las empresas Colombianas con más de 50 trabajadores si bien tienen planes corporativos para desarrollar consideración éticas y de valores tendientes a tener una actuación responsable con sus clientes, la población y también el medio ambiente como tal, la mayoría de sus conflictos con la comunidad se debe al no respeto de condiciones de relacionamiento comunitario y de cumplimiento de estándares de calidad y salud ocupacional como parte del valor compartido que se espera que las empresas desarrollan.

En la es muy común que las empresas tengan problemas tanto con sus clientes internos como externos, así Acevedo, et. al (2017) indican que las empresas que tienen una norma ISO 26000 implementada como parte de sus procesos internos tienen un 75% más de eficiencia productiva y los indicadores de la ética y la moral de sus trabajadores más cimentadas que en aquellas que no tienen, y en relación a las conductas de responsabilidad social hacia la comunidad, donde se han implementado las normas de desempeño del Banco Mundial, los niveles de relacionamiento con las comunidades tiene un menor número de conflictos en hasta un 90% en relación a quienes no lo tienen, lo que se complementa con lo afirmado por Ramos, Benito y Román (2018) que hacen mención que en muchas empresas los temas éticos son vistos solo desde un punto de vista mucho más preceptivo y mediante una acción para cumplir sus objetivos como empresa, y el problema sale a luz cuando agentes externos, principalmente clientes y comunidad exigen a la empresa que cumpla su rol ante la sociedad en acciones como el cuidado del ambiente o el pago de indemnizaciones por daños ocasionados, donde la ética pierde el sentido de su accionar.

La deontología de las empresas, desde un punto de vista de su reputación le otorga validez al trabajo, genera una cohesión con sus clientes y da mejores garantías de sostenibilidad de las inversiones que realiza, por tanto su reflejo inmediato ocurrida en la forma como se relaciona con la comunidad, es decir en sus compromiso de responsabilidad social, conocido también como el valor compartido que entregan a la colectividad, sin

embargo Minaya (2017) al hacer referencia a las empresas de servicios, muchas de ellas consideran que sus productos no dañan a la sociedad o por el contrario debe ser misma sociedad aquella que debe “agradecerle” por brindar el servicio, lo que ocasiona que en un 35% de casos que se han reportado por conflictos con empresas, estas han tenido niveles de escalamiento de gravedad de conflicto por carencias gerenciales para abordar los conflictos con sus clientes y la comunidad.

Sobre los aspectos de la deontología y la responsabilidad social en los aeropuertos del país, un estudio desarrollado por Pillaca (2018) indica que las empresas que administran los aeropuertos concesionados del país, en especial el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, los trabajadores consideran que los aspectos deontológicos están definidos en los manuales de ética, los principios y valores definidos en los planes estratégicos, con un fuerte enfoque al cumplimiento normativo, sin embargo los aspectos de responsabilidad social para con los pasajeros no tiene un aspecto de cumplimiento cabal de valores como la responsabilidad ante accidentes en los terminales, o de apoyo comunicacional ante las fallas que comenten las empresas de transporte aéreo que usan sus instalaciones.

En la actualidad la empresa CORPAC S.A. no toma importancia con respecto a la deontología; y no se sabe con exactitud si los colaborados aplican en sus labores diarias por lo que muchas veces se debe a la falta de interés tanto de la empresa como del colaborador y establecer códigos deontológicos ya sea de forma estricta o para orientación y aplicación óptima, de tal forma que concienciar la importancia de su conocimiento, sin embargo, se observó que en varias oportunidades en la empresa no desarrollan un feedback adecuado o permanente; que permite detectar y corregir los errores existentes que influyen en la responsabilidad social y de tal forma pueda adecuarse de forma instantánea a cambios y sobrellevar los golpes de mega tendencias y a un entorno que demanda capacidad de innovación y exigencia; como parte estratégica para mantener al colaborador capacitado y con valores fijos establecidos, y según el reporte de INDECOPI (2018) sobre las calidad de la gestión en los aeropuertos un 52% indica que esta no es la adecuada en cuanto a la prontitud para dar respuesta a solicitudes de información y que las empresas tienen problemas con las poblaciones circundantes, pues no se toman en consideración el daño ambiental que genera el ruido, y cuando hay obras para ampliaciones del terminal o la pista de aterrizaje siempre hay conflictos laborales y con los propietarios de los terrenos, todo ello porque los colaboradores y directivos conocen poco o no lo aplican los aspectos de la responsabilidad social encontrándose este en decadencia y para que logre mantenerse es

necesario institucionalizarla y vincularla como estrategia empresarial; siendo este una contribución activa y voluntaria de la empresa a la solución de ciertos problemas y mejoramiento social, económico y quizás también ambiental.

De acuerdo a este escenario se formuló el problema de la investigación, quedando redactado de la siguiente forma:

Problema general

¿Cómo influye la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?

Problemas secundarios.

- ¿De qué manera influye la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?
- ¿De qué manera influye la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?
- ¿Como es la influencia de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?

Así mismo lo objetivos fueron:

Objetivo general.

Determinar la influencia de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.

Objetivos específicos.

- Evaluar la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.
- Analizar la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.
- Demostrar la influencia de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.

La investigación se justificó por las razones siguientes:

Justificación teórica.

La presente investigación se trabajó con el autor Ayala (2012), quien menciona que éticamente hablando la deontológica, por su lado tiene una raíz de donde nace priorizar lo correcto ya sea de lo que es justo o del deber como tal esto mediante la felicidad que esta cuenta o el bien por sí mismo. Con Aguilera y Puerto (2012). Dicha indagación se ejecuta



con la finalidad de dar una aportación al conocimiento que existe de acuerdo al uso de las teorías validadas, dichos resultados pueden reglarse mediante una propuesta, ya que se demostró, el uso de las teorías mejora el entendimiento de las dos variables en la organización, brindándonos información en relación a los ámbitos de aplicación de la teoría y en los resultados al analizar. Se ha procedido a elegir este enfoque debido a que describe diferentes actividades que nos permiten definir y asimilar el uso de las dos variables en la empresa, para así mejorar dicho comportamiento de la misma en su entorno.

#### Justificación práctica.

La presente investigación, considerando la deontología empresarial y su influencia en la responsabilidad social; demuestra que la ética y moral en la empresa mediante códigos deontológicos son necesarios para la aplicación de responsabilidad social exitosa de la empresa CORPAC.S.A. Este estudio tiene utilidad práctica para todos los interesados en cambiar su comportamiento, al tomar en cuenta los elementos estudiados a raíz de los resultados obtenidos, ya que su aplicación generará comportamientos adecuados como organización y a nivel personal dentro de la sociedad.

#### Justificación metodológica.

Dicha investigación tiene como justificación el porque se desarrolló mediante códigos deontológicos en las empresas, siendo necesario su conocimiento y aplicación para lo cual se aplicaron como instrumento de recolección de dato el cuestionario, que sirvió de base en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A.; aplicando estrategias para lograr éxito. Para poder obtener los objetivos propuestos, se recurrieron al utilizar diversas inventivas de investigación ya sea mediante las encuestas y el proceso en un software, de este modo medir las dos variables y determinar la hipótesis.

#### Justificación académica

La motivación mediante el cual se ejecutó la investigación fue por la importancia que cuenta para nuestra formación en nuestra profesión y crecimiento como tal y la aportación a las diversas a las ciencias empresariales, consintiendo de esta manera desarrollar las diversas capacidades y los sapiencias adquiridas como política de la Universidad Nacional de San Martín, para optar el título de Licenciado en Administración, debiendo hacerlo desarrollando un proyecto de tesis de investigación para la formación ético profesional.

Dicho estudio se encuentra restrictivo sólo a la empresa CORPAC S.A., año 2019, en

relación a la deontología y la responsabilidad social, siendo por consiguiente que todo el contenido de la investigación que es presentada corresponde únicamente a esta empresa, y para las variables antes citadas y para el periodo 2019. El acopio de la información fue realizado mediante la aplicación de la técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento.

Dicho informe se encuentra estructurado de la siguiente manera, Introducción, detallándose la realidad problemática, los problemas, el objetivo, la justificación y la delimitación de la investigación, Capítulo I: Revisión Bibliográfica, donde son explicados los antecedentes que son las investigaciones previas, el marco teórico que detalla las teorías y doctrinas de las variables, y también definir los diversos términos; Capítulo II: Material y Métodos, que explicita la hipótesis, el tipo y nivel de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento de datos; Capítulo III, Resultados y Discusión, que son presentados por tablas y figuras de cada una de las variables en estudios tomando como referencia los valores de campo recolectados con el instrumento de la investigación, pero a la vez analizados desde la perspectiva de los investigadores y estas comparadas con otras investigaciones y el marco teórico. Finalmente son detalladas las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y los Anexos.

# CAPÍTULO I

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### 1.1. Antecedentes de la investigación.

#### A nivel internacional

Agulló (2015), “*la coherencia ética en la gestión de los recursos humanos: Un factor clave para la forja del ETHOS Corporativo.*” (tesis de grado). Universidad Ramón Llull, España. Teniendo como objetivo primordial, indagar la importancia y la necesidad al fomentar que éticamente exista una coherencia mediante las diversas gestiones de recursos humanos para forjar, ethos corporativo, encapsula una forma particular de ser y actuar en una empresa. La metodología de estudio es de tipo cualitativo – exploratorio, los instrumentos que se emplearon han sido entrevista y cuestionario. La muestra es de 15 personas responsables de recursos humanos. Creemos que la información que recibimos en relación con DH nos ayudará a comprender la integración de la ética en dicha empresa. Llegando a la conclusión: Que la fomentación de la CE dentro de dicha ejecución o gestión que se realiza día a día impacta de manera directa dentro de la forja del ethos de manera corporativa, de acuerdo a esto es preciso mencionar lo indispensable que es para así poder afrontar de una forma más continua y secuencial la demanda de forma ética que cuentan todos los stakeholders. Dicha integración éticamente hablando en la empresa se evidencia la forma del relieve dentro de la existencia de la CE.

Lindao (2015), “*la Deontología como aprendizaje de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Guayaquil y su aplicación en el ámbito profesional.*” (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tiene como objetivo de mencionar aquellos motores de indagación y desarrollo de acuerdo al marco teórico, el fundamento teórico, la fundamentación andragógica, la parte social, de acuerdo a esto también se considera la axiología, lo psicológico, la parte tecnológica, el fundamento legalmente hablando y las diversas variables dentro de dicha investigación. La metodología de estudio es de tipo científico - deductivo con un diseño descriptivo – explicativo, los instrumentos utilizados fueron entrevista, encuesta y observación. La muestra 209 personas que se deriva entre director, profesores y estudiantes. Concluyendo: Que no se ha podido llegar a la determinación de la forma aplicativa que cuenta la deontología de acuerdo al ejercicio profesional dentro de la carrera de diseño gráfico dentro de la ciudad ya mencionada, por tal motivo, no se puede

tener en conocimiento el nivel en la que se cumplen las diversas obligaciones que son inherentes o también como los estudiantes de diseño gráfico se comportan.

Barrio (2016), *“la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa-Caso Unilever España.”* (tesis de grado). Universidad Autónoma de Barcelona, España. La presente investigación cuenta como objetivo principal indagar dicho trabajo de la RSC de acuerdo a la visión que está dentro de la Comunicación Corporativa. La metodología de estudio es de tipo Experimental, cuasi - experimental, los instrumentos utilizados fueron revisión de evidencias documentales, entrevista y observación. La investigación permitió confrontar una diversidad de proposiciones mediante la gestionabilidad de la RSC que se ha obtenido a raíz de las teorías que han sido estudiadas y trabajadas como tal dentro del marco teórico. Concluyendo: Que la compañía tiene y es reconocido a nivel nacional e internacional mediante su gestión de la RSC. Dicha indagación científica puede ejecutar mediante dos figuras, cuantitativa y cualitativa. Supremamente, como e realiza de acuerdo a la comprobación ha sumado y contribuido satisfactoriamente a la comprensión de la ejecución de la RSC.

### **A nivel nacional**

Espinoza (2017), en su tesis denominado: *“la ética profesional y la Calidad de Servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Los Milagros-Huánuco 2017.”* (tesis pregrado). Universidad Nacional de Huánuco, Perú. El presente estudio tiene por objetivo, establecer de qué forma la ética profesional puede relacionarse con la buena calidad que existe en el servicio dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Señor de los Milagros” - Sede Huánuco 2017, este estudio es de tipo aplicada, su enfoque es cuantitativo, teniendo un nivel descriptivo correlacional y su diseño transversal no experimental. De acuerdo a lo mencionado la población está integrada por todos aquellos trabajadores de dicha cooperativa de ahorro por todos los trabajadores de la Cooperativa de (N = 5) dentro de cual sus clientes de la ya mencionada empresa que se puede considerar (N =650 clientes por cada mes), por dicho motivo lo que vendría a ser la muestra en el caso de los trabajadores será dentro de la misma población (N = 5) y de acuerdo al caso de la clientela debe considerarse un total de (n =151 clientes). Por otro lado, teniendo en cuenta la base de los resultados, se logró evidenciar que el 60% de los mencionados encuestados sostuvo que los trabajadores muchas veces laboraban con ética dentro de la profesión, y el 40% mencionó todas las veces que laboraban. Lo ya mencionado se vincula con el 75% de los que respondieron la encuesta que muchas veces se percibe de acuerdo a la calidad que se

ha brindado como servicio dentro de la cooperativa. Llegando a la conclusión: Casi todos los que laboran de manera diaria con ética profesional, obviamente esta no siendo siempre regularidad a como este tiene que ser, Por lo tanto, la el mayor número de los que han sido encuestados lograron estar satisfactorios con la buena calidad que se brinda mediante los servicios de la cooperativa ya mencionada; a juzgar por los resultados, se puede evidenciar que efectivamente no todos los que laboran no cuentan con ética al poner en práctica sus diversas funciones en la ya mencionada empresa y es por tal motivo que la clientela no logra sentir satisfacción en su totalidad. De acuerdo a lo anterior podemos llegar a la conclusión que la ética profesional tiene un vínculo con el servicio de calidad que brinda la cooperativa de ahorro Sede Huánuco 2017.

Neciosup (2015), en su investigación: *“la Enseñanza de la Ética profesional como modo de concretizar la Responsabilidad Social Universitaria”* (tesis de grado). Universidad de Piura, Perú. Dicha investigación tuvo como objetivo mejorar de manera consiente y socialmente la responsabilidad de la sociedad universitaria mediante enseñanza de acuerdo a la ética y a como esta se aplica en el ejercicio profesional. Por lo que da respuesta a solo un tipo de indagación ya sea básica o también sustantiva. Esta también podría llamarse “pura”, esta es aquella que averigua y estudia todo sobre los diversos fenómenos, los objetos, también los hechos o sujetos de acuerdo a lo que estos pretendan una descripción, una explicación o incluso la predicción referente a estos mismo, dando respuesta así a aquella inquietud o duda. De acuerdo a dicho enfoque y a la forma en la que se abordó el objeto de estudio, esta se encontrará en función del área disciplinaria de acuerdo a la ciencia mediante tiene como raíz el planteamiento de una iniciativa para la investigación. Llegando a la conclusión: Que el centro universitario debe ejercer dicha responsabilidad en la sociedad, no solo de manera externa, también desde un enfoque interno, donde se incluya dicho procedimiento que forma, es decir, que no se debe intentar solo la instrucción y especialización que cuentan los profesionales nuevos, por otro lado cabe mencionar que se debe moldear o formar sujetos que cuenten con rasgos éticos, donde estos posean los diversos aspectos competitivos para la participación de dicho proyecto, donde se pueda asegurar desde el desenvolvimiento del propio profesional dentro de su labor y también la reconfiguración que exista en la sociedad de manera justa y responsable.

Llacsca (2015), en su tesis denominado: *“correlación entre los niveles de conocimiento del código de Ética Médica y el de Autorregulación del ejercicio profesional. Ica, 2014.”* (tesis de grado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo,

Perú. La presente investigación tiene como objetivo, la determinación que existe entre la relación y el nivel que existe dentro del conocimiento en el Código de ética en la medicina, y que nivel cuenta desde el enfoque del conocimiento, de acuerdo a la autorregulación en el ejercicio de sus funciones como profesionales; este cuenta metodológicamente con un diseño de manera correlacional, mediante como se aplica un cuestionario que ha sido validado por 10 preguntas de acuerdo a cada variable, teniendo así una muestra de doscientos médicos que trabajan en 4 hospitales dentro de dicha ciudad, teniendo consentimiento previo a criterio personal. Teniendo como resultado: a manera de correlación el coeficiente de Spearman de 0.072 se estableció la existencia de una vinculación de manera positiva pero que esta es débil y no significa nada, entre estas dos variables, se denomina que el 50% de dichos médicos no cuenta con una sapiencia adecuada y positiva ya sea de manera mínima, pero esto es no significativa entre ambas variables que se estudió. Por otro lado, el 50% de médicos ha presentado conocimiento que no es adecuado dentro del código ya mencionado y el 60% presento conocimiento que tampoco es adecuado de acuerdo a la autorregulación en el ejercicio de sus funciones profesionales.

### **A nivel local**

Chuquizuta y Cruz (2018), en su tesis denominado: “*responsabilidad social empresarial y su relación con la imagen corporativa de los trabajadores de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C. Tarapoto, 2018.*” (tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú. Esta investigación tiene como objetivo la determinación que existe entre la relación de manera significativa entre la imagen como corporación y la responsabilidad en el criterio social de los que laboran en la empresa de don Pollo Tropical S.A.C. Por otro lado, la perspectiva o enfoque de esta indagación es cuantitativa, teniendo un diseño no experimental de tipo correlacional. Por tal motivo por intermedio de dicha plataforma de metodología, se logró realizar un estudio a los que laboran en la empresa ya antes mencionada, teniendo así una muestra de 208 colaboradores, contando con el apoyo de los diversos instrumentos que fueron adaptados, ya sea una escala a criterio de responsabilidad empresarial y también social. (Alameda, Sagua & Miranda, 2015) y Escala de la Imagen Corporativa (Dumont, 2015). De acuerdo a esto a manera de resultado se indica que se ha obtenido un coeficiente (0.718) (siendo esta una correlación de manera positiva y por cierto muy considerable) y un p- valor igual a 0.000 (p-valor < 0.05), de tal forma, ambas variables cuentan con una relación de manera significativa. A manera de

conclusión se llegó que, cuando existe mayor responsabilidad social de los laboradores, mucho mayor ha de ser el nivel de la imagen corporativa que se cuenta por parte de los trabajadores.

Luna y Legonía (2018), “*nivel de conocimiento y aplicación del código de ética y deontología en el ejercicio profesional de enfermería del Hospital II-2 Tarapoto. periodo febrero - julio 2018.*” (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, Perú. Dicho estudio de indagación tuvo como principal objetivo, la determinación del nivel de conocimiento y como esta se aplica en el código de ética y deontología de acuerdo al ejercicio profesional que existe en la enfermería del hospital II-2 en la ciudad de Tarapoto, en un periodo de febrero a Julio del año 2018, esta investigación tuvo como enfoque un criterio cuantitativo que cuenta con tipo descriptivo y correlacional en contrato de manera transversal. Por otro lado, la muestra ha estado conformada por 80 profesionales de salud en enfermería, que trabajan el dicho hospital, de este mismo modo se ha utilizado como técnica el cuestionario como el instrumento de la encuesta, que este ha permitido la recolección de la data de la investigación. Teniendo como resultados, que el 72,50% es decir (58) han presentado un medio nivel de conocimiento o sapiencia de acuerdo al código de ética y la deontología de los enfermeros, seguidamente un 16.25%(13) obtuvieron un nivel muy bajo de conocimiento y por otro lado, 11.25% (9) ha presentado un nivel muy alto en cuanto al conocimiento, el 47.50% (38) se encontraban entre la edad de 26 a 36 años, el 80%(64) han sido mujeres, el 70% trabajaban en el área de forma asistencial, el 18.75%(15) trabajaban dentro del servicio de medicina, el 63.75%(51) cuentan con más de cinco años teniendo como experiencia en su trabajo, el 61.25%(49) han sido egresados de las diversas universidades públicas, el 71.25% (57) no cuentan con estudios de posgrado, ya sean maestría o doctorado, el 70% (56) si cuentan con una especialidad y el 32.29% (31) cuentan con la especialidad en emergencias y desastres, la diligencia del Código de Ética y Deontología del profesional de esta área de la salud, son totalmente inadecuadas con un 68.75% (55), y un 31.25% (25) sí son idóneas. Llegando a la conclusión que existe una vinculación entre el nivel de los conocimientos y la forma en la que se aplica la prueba que no fue paramétrica chi cuadrado, esta estudiada con un alto nivel significativo de  $p < 0,05$ , logrando evidenciarla existencia de las dos variables.

Quiroz (2015), en su tesis: “*evaluación de la responsabilidad social y su influencia en la imagen corporativa del Hotel Cerro Verde, Tarapoto, 2015.*” (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú. Dicha indagación teniendo como objetivo

establecer la influencia a criterio de la responsabilidad dentro del marco social, de tal forma la imagen que se presenta como corporativa del hotel ya mencionado. Por otro lado, metodológicamente hablando el estudio es de carácter i tipo no experimental que cuenta con una figura o diseño descriptivo correlacional, por tal motivo en esta indagación se tuvo como muestra de estudio un total de 14 sujetos que laboran en dicha empresa para la evaluación corporativa en el marco de la imagen y la responsabilidad en el marco social, dicho esto por otro lado, existió un total de 60 clientes para la evaluación de la imagen dentro del marco corporativo, es preciso mencionar que en dicha técnica en la recolección de la data se utilizó la encuesta y como instrumento, se utilizaron dos cuestionarios pertenecientes a cada una de las variables. Llegando a la conclusión: Que como resultado de la indagación ya hecha se muestra que existe un 57% de trabajadores que no han promovido la responsabilidad en el marco social de una manera idónea, pero si hubo la existencia de una vinculación entre las dos variables, llegando a concluir así que cuanto más responsabilidad social existe por parte de los que laboran en la imagen corporativa, por otro lado, la clientela esta y se muestra en un criterio mucho más competitivo.

## **Bases Teóricas**

### **1.1.1. La deontología**

Proveniente griega de: deon (en otras palabras, significa lo que es eficaz, también lo que es indispensable) y por otro lado la etimología logia (entendiéndose esta como entendimiento, y también el aprendizaje como tal); es decir que en términos más generalizados y globales representa un sin números de aprendizajes, también podría decirse que es lo idóneo de la ciencia. De igual manera está conforma un conjunto de normas que nos va ayudar a encontrar un buen camino dentro del marco de nuestros comportamientos como seres humanos, ya que somos sociales e individuales como tal, que discernimos entre las diversas posibilidades la que es más eficaz o eficiente para poder llegar a nuestra finalidad o propósito.

Según Ayala, “El autor hace mención a que la Deontología empresarial surge a partir de la época de la modernidad, por otra parte, basándonos en el término (deon) de donde nace y se vierte esta ciencia, es preciso señalar que esta ciencia es una parte de la sapiencia o sabiduría en donde se entiende que es de conveniencia realizar dicha profesión como tal”. (2012, p. 10).

Por otro lado, la ética deontológica, por su lado cuenta con un punto de inicio lo que



es primordial de lo correcto ya sea lo que es justo o también del deber, de acuerdo a lo que está bien y nos hace felices. Este criterio como núcleo se puede evidenciar el valor moral del ser humano y su vida, mediante su accionar que vendría a ser el deber. Considerando las siguientes dimensiones:

**Ética:** La ética viene a ser una vertiente de la tan mencionada filosofía, donde esta se presta a estudiar el comportamiento del ser humano y paralelo a ellos analizar la moral y de este modo poder descubrir una manera de criticar a esta misma. Dicho esto, la terminología de la ética cuenta con un origen griego, proveniente de un vocablo que tiene como significado carácter como tal.

**Moral:** Esta es un grupo de normativas, ya sea mediante los valores, las diversas creencias que existen y son aceptadas dentro de nuestra sociedad que nos sirven como un ejemplo de comportamiento y el valor para poder establecer y discernir el bien del mal. (Santillán, 2013; p.02)

### **Tipos de deontología**

Según Villa, Están existentes dos primordiales de tipología de la deontología:

- Deontología aplicada: esta trata acerca de los deberes que de manera cotidiana se hace en la vida, si mediante esto se debe realizar o no se debe realizar lo idóneo o correcto como tal.
- Deontología prescriptiva: está cumple determinantemente con lo que viene a ser la conducta que cuenta con bases dentro de las reglas que ya han sido planteadas y que son fundamentales para poder convivir en sociedad. (2015, p. 25).

### **Ética**

La palabra ética proviene del griego ETHIKOS que significa carácter, se trata del estudio de la moral y del accionar humano para promover los comportamientos deseables. Entonces podemos decir que ética es una teoría o un tratado de los hábitos y costumbres. (Gonzales, 1981, p. 34)

La ética es aquella instancia desde la cual juzgamos y valoramos la forma y manera en la cual el ser humano actúa, paralelo a ello la manera en la que se plantea diversos principios como criterio a raíz de como el sujeto debe actuar o comportarse y con dirección a donde la dirigida dicha acción, designando así que la palabra “ética” sobre el accionar, como se comporta y la manera en la que conduce su vida. (Coz, 2006, p. 26)

## **Teorías de la ética**

Según Garza (1998) este nos ha señalado tres tipos de teorías que vamos a explicar aquí:

- Éticas de la época del ser: dicha teoría nos hace mención a los años y épocas de la felicidad del gran Aristóteles, dicha temporada hedonista de Epicuro, dentro de esta también encontramos estoica como ética de tal.
- Éticas de la época de la conciencia: esta nos indica que la ética como tal de manera sentimental de Humé, por otro lado, también lo éticamente utilitarista de Bentham.
- Éticas de la época nihilista: esta deja en claro que dentro tenemos la ética emotiva, el discurso dentro de esta, lo comentarista de la ética, y de la alteridad como tal ya mencionado. (p. 18)

### **Características de la ética:**

Según Garza (1998), nos menciona las diversas características de está que son:

- En primer lugar, nos menciona que la ética como tal viene a ser científica, ya que cuenta con un sistema y organización donde esta contiene una comprobación justa y eficaz.
- En segundo lugar, también es razonable, cuenta con una base metodológica muy lógica, ya que debe seguir con una secuencia, donde se inicia con la sapiencia, seguidamente cuenta con voluntad y tiene como punto terminante a la libertad.
- En tercer lugar, se dice que esta es práctica, cuenta con una parte muy fundamental, por dicho motivo se dice que tiene congruencia de acuerdo a la misma personalidad.
- En cuarto lugar, se menciona que debe contar con una normativa, ya que mediante esta se puede establecer un carácter único y propio, como marco de esto las normas o también las diversas leyes que son para cada sujeto individual. (p. 24)

### **Tipos de éticas**

Según Garza, esta se viene a dividir en 2 inmensos conjuntos o grupos:

Como primer grupo se cuenta con la ética de manera autónoma: donde esta es proveniente y surge del mismo ser humano y su conducta.

Como segundo grupo se cuenta con la ética heterónoma: esta nace y se vierte desde otros sujetos o instituciones de manera externa al sujeto y sus acciones como tal. (1998, p. 27)

## **Ética profesional**

Como sabemos aquella persona que es profesional en su vida cotidiana se enfrenta a muchos problemas dentro de su centro de labores, por otro lado, también dentro de su carrera del día cotidiano y con toda la sociedad que lo rodea.

Según el autor Cobo, La ética profesional se define muchas veces como debe ser una ciencia de manera normativa que esta indaga y los diversos derechos y deberes de los profesionales. (2003, p. 31)

El autor Filippi menciona que, esta vendría a ser un grupo de diversas acciones, las normatividades éticamente que son específicas y a criterio de juzgar las acciones de la moral. De acuerdo a ello se logra fomentar ya sea la deferencia dentro de sus integrantes y a los valores que han sido reconocidos como tal, paralelo a ello se menciona también que es el grupo de las diversas acciones que se han vivido por parte de profesionales y lo tradicional que esta la misma interpretación de la cual se logra fomentar de una manera idónea al momento de actuar en un vínculo laboral con los demás. (2000, p. 17)

## **Importancia de la ética profesional**

Si bien es cierto, es precioso señalar que la ética debería ser aceptada a criterio disciplinario como algo constante para el día a día, ya que esta de manera obligatoria exige hacer el laburo con un buen nivel eficaz y de acuerdo a ello lograr mantener un repudio frente a lo que reste la dignidad como ser humano.

Por otro lado, se menciona lo fundamental e importante que es esta, en donde nace los diversos puntos:

- Examina los diversos principios que son muy indispensables dentro de la moral ya sea de carácter individual o como sociedad, mediante esta se pone en evidencia el estudio del deber como profesional.
- Como segundo punto esta, intenta muchas veces cambiar el accionar negativo del profesional como tal.
- En este punto es preciso señalar lo vital e importante que es ya que se evidencia lo que es conveniente y consecuente que de manera mutua se rigen dentro de los vínculos entre el profesional y el cliente. (Cobo, 2003; p. 42)

## **Necesidad de la ética**

El autor Cobo, nos menciona que esta es de carácter fundamental ya que todo aquel que labura debe contar con un amplio desarrollo de ética profesional, donde esta pueda definirse como leales a su centro de labores, a su profesión, a la entidad o empresa y a sus compañeros trabajadores. Dicho lo antes mencionado la ética de carácter profesional viene a ser un grupo de normatividad, que cuenta con términos que cabe definir como mala o buena praxis dentro de los vínculos laboradores. (2003, p. 44)

## **Principios de la ética profesional**

Fernández y Hortal, nos ponen en evidencia a como de manera usual se logra poner una definición a 4 determinados principios éticamente hablando que son el inicio de una buena argumentación o exposición que pueda conceder las diversas acciones en la que se deba proceder.

- Principio de la autonomía: Dentro de este se puede mencionar que todo ser humano cuenta con la libertad de hacer lo que mejor le parezca mientras aquello no incumpla o quiera interferir la libertad de un tercero. Es preciso mencionar que la ética nace del simple hecho de que el sujeto o el ser humano es libre, por tal motivo esta, dentro de la moral filosóficamente hablando, se vierte dentro del libre albedrío en su accionar y en como este decide.
- Principio de no maleficencia: Dentro de este lo que se busca es no causar daños, ya que se debe buscar soluciones y si está no cuenta con una, se puede intentar a lo que menos haga daño, de manera más especial aquellos que ya cuentan con diversas realidades que ya no son favorables. Tiene como objetivo ya no inventar nuevamente aquellos males, ni sumar a estos aquellos que ya existen.
- Principio de justicia: Aquí se regulariza una buena división o distribución de aquellos bienes que son de carácter fundamental paralelo a lo que vendrían a ser todo sujeto, ya que este debería contar con un derecho, dentro de este principio se puede evidenciar que nace desde D° humanos, para poder conseguir una buena data.
- Principio de beneficencia: Dentro de esta es fundamental mencionar que es utilitaria, esta puso como propuesta indagar lo más alto de lo que hace feliz, o también lo que beneficia a la mayor cantidad de personas, este principio es muy complementario con el otro, ya que uno nace da el visón bueno, que busca actuar bien, persiguiendo lo mejor, y la segunda nace desde una visión mala o negativa, buscando damnificar. (1994, p. 35)

## **Elementos de la ética profesional**

Aquellos son:

- Orientación: hace años atrás en la antigüedad éticamente hablando está tenía como característica comentar a los seres humanos aquello que debían o no que hacer, hoy por hoy está ya no pretende dar soluciones ya que solo busca dar una orientación o guiar.
- Acciones: dentro de esta ya no se busca pretender una orientación del pensar, sino aquello por el que se actúa, aquí todo es práctico y no teórico, donde engloba a todos.
- Racional: aquí se hace un intento por utilizar el raciocinio, mediante una buena orientación en el accionar que es racional, se debe usar la razón, donde esta debe actuar de una determinada manera, los seres humanos al momento de actuar también cuentan con alguna razón para tal o cual cosa.
- Durante toda la vida: esta no se debe preocupar de una sola determinada acción, sino también de aquellas que van a durar para toda la vida y del accionar que se vayan haciendo hábitos, donde se debe tratar de pulir las actitudes.
- Hacia bienes: dentro de esta cuenta con una preocupación acerca del comportamiento que se da con los bienes, de acuerdo a esto entra a tallar la madurez buscando siempre lo mejor para lograr perfeccionarse al ser humano mismo como tal. (Albert, 1988; p. 49)

## **Problemas éticos profesionales**

En la actualidad en la relación cotidiana que existe entre los individuos, se logra evidenciar y surgir de manera constante con problema que cuenta con una solución que daña al ser humano que lo creó, por otro lado, también daña a terceros que van a sufrir consecuencias.

- Abusar al momento de darle utilidad para lograr hacer menos a algunos y dar favoritismo a otros.
- Favoritismo Inscribir a los que conforman de aquel mismo círculo familiar dentro de una institución como tal.
- Existe también la manera de sobornar y poder aceptar regalos con la intención de brindar una amabilidad o trato sumamente especial que busque favorecer a un tercero retribuyéndole de acuerdo a sus acciones o a las funciones que realiza.

- También podemos mencionar que lo cuando se es leal de manera abrupta para poder encubrir una mentira o alguna conducta que no sea apropiada del líder o alguien superior jerárquicamente hablando, aunque este vaya en contra de los principios que están dentro de la moral.
- De acuerdo a ello es preciso señalar que muchas veces se escasea el compromiso y la entrega y se pierde el tiempo haciéndose de los oídos sordos para no lograr dar su mejor esfuerzo en su centro de labores.
- El abuso que existe dentro de la confianza para lograr sujetar los materiales dentro de la empresa que son para utilidad individual o darles un mal uso a dichos recursos. (Brown, 1992; p. 47)

### **Componentes de la ética profesional**

Como bien se sabe esta posee un alto nivel disciplinario que se va a encargar de reflexionar de manera teórica referente a moral, paralelo a ellos se menciona que la ciencia indaga para investigar aquellos principios y los criterios que esta cuenta, ya sea la conducta que poseen con sus normas, aquellos valores importantes y dentro de esta se encuentra la deontología que logra dirigir el accionar como ser humano.

Por tal motivo los diversos autores que son Santillán (2013, p. 76), Hinostroza (2003, p.51), Fontan & Fullat (1995, p.81), cuentan con la similitud de los criterios que está dentro de una buena dimensión éticamente hablando.

### **Moral**

Menciona Fontan & Fullat (1995, p. 89), menciona que esta palabra es procedente a nivel de etimología de un latín mores, donde se evidencia la disputa entre lo que puede estar correcto y lo que no, de acuerdo a esto Santisteban (2004), nos menciona que dicha palabra puede referirse acerca de un grupo de normativa como accionar específicas que se puedan regir dentro la una cultura como tal, ya que mediante esta existen diversas normas donde se evidencia si es idónea o no el accionar del ser humano, donde se puede conseguir mediante lo que es consiente, se refiere al grupo de conductas que se ha logrado adquirir de acuerdo a la asimilación de los valores de nuestro entorno, ya que lo familiar, la religión, los vecinos o los centros educativos se puede lograr un óptimo desarrollo de la niñez, porque dentro de esta se logra encontrar la normativa que dirige el buen accionar del ser humano, de acuerdo a esto podemos afirmar que:

De acuerdo a las normas de conducta, se menciona que son las que el sujeto logra adoptar para el de forma individual y logra una buena orientación en sus actos que sean puntuales, que practiquen siempre la honestidad, cumplir responsablemente, ser solidarios, tolerar al otro, ser hospitalarios, y sobre todo de una manera justa en todo sentido. Fontan & Fullat, (1995, p. 89).

### **La deontología**

Según el autor Hinostraza (2003), esta es popular teóricamente como el deber, teniendo como rama más indispensable a la ética como tal, donde desde aquí surge el código, que viene a ser un grupo de diversos criterios, que se arriman en la deontología de acuerdo a su normativa y a los diversos valores que se han formulado y asumido a quienes van a llevar a cabo una actividad dentro del marco profesional.

Los autores Fontan & Fullat (1995, p. 120), por otro lado, mencionan que, en el círculo de empresa, esta es el grupo de principios o la reglatividad mediante la ética que se puede regular y guiar a través de una actividad a criterio profesional.

Esto se logra determinar los diferentes deberes que exigen como mínimo al profesional de acuerdo a como se logra desempeñar en sus acciones y pendientes, de acuerdo a esto se menciona que esta se logra ser visible adentro de la deontología de acuerdo a los siguientes puntos:

#### **✓ Principios deontológicos**

Se puede lograr a través de capacitar de manera profesional, legalizando y siendo leales a lo dicho, practicando y siendo íntegros y veraces mediante el accionar objetivo y veraz.

#### **✓ Deberes profesionales**

Aquí se evidencia a como se estudia, indaga, debiendo ser puntuales, amables y solidarios.

### **Valores**

De acuerdo a Kohlberg (1989, p. 86), los diversos valores vienen a ser una cualidad indispensable para el hombre donde se logra apreciar y valorar como tal. Hay una existencia de que a manera individual se logre permitir que el ser humano conozca y los ponga en práctica en su día a día.

El autor Hinostraza (2003, p. 90), nos menciona que tiene un amplio valor referido a una determinada actitud que es útil que nace de las cosas, de acuerdo a ellos se logra buscar la satisfacción de las necesidades proporcionando el goce de los diversos valores que son variados, mediante esto se interpreta que se debe realizar del individuo, que son evidenciados en la oralidad que tiene valor, siendo este con bondad, honestidad, practicando la generosidad y siendo siempre veraz.

#### ✓ **Principales valores**

Practicando siempre ser tolerantes, justos, buscando ser responsables y empáticos para ser mejores, practicando ser generosos y comprometidos, mediante paz y confianza.,

#### **1.1.2. Responsabilidad social.**

Dentro de la forma social, se logra que surgió a raíz de lo responsable que es una corporativa mediante las diversas empresas donde estas deben contar con seres humanos que se logra evidenciar lo que hacen, de acuerdo a esto se logra sumar dentro de los seres humanos de manera general, esto se logra evidenciar que las empresas deben reflejar la razón del ser de acuerdo a como la población apoya, ya sea el ambiente y las generaciones futuras. (Correa, 2007, p. 38).

Del mismo modo los autores Aguilera y Puerto (2012, p. 30), nos mencionan que esta surge mediante una opción para el mercado, dándole así un gran valor que se agrega a la población, teniendo como objetivo en convertir y sacar ventaja como competencia de la misma, ya que esta viene a ser una oportunidad que es fundamental y pieza clave para alcanzar el éxito, que a medida que pasan los años se va convirtiendo estratégicamente para poder atrapar nueva clientela y así consolidar diversos intereses.

- *Responsabilidad Social interna*; esta daña a sus laboradores, generando un gran impacto en el medio ambiente, dentro de la gestionabilidad de todas las diversas materias primas, de acuerdo a sus condiciones de laburo y el peligro que hay en su producto como tal.
- *Responsabilidad Social externa*; de acuerdo a la población en general, los diversos proveedores, los que consumen, la clientela y aquellos que contratan, se logra denominar stakeholders, de acuerdo al interés que vienen a ser los colectivos que tiene vinculación la empresa al generar una autodefinición como una sociedad responsable.



## **Beneficios e implicaciones de la responsabilidad social empresarial (RSE)**

El carácter que se logra tener a raíz mercedes se puede lograr dar una mejor aplicabilidad dentro de la responsabilidad en marco de la sociedad de dicha empresa ya mencionada, vendría a ser relativa de acuerdo a la naturaleza y a la dificultad que existe para contar, dichos autores mencionan (Orlitzky, Schmidt & Rynes, 2003. p.403- 441) que existe una vinculación de forma directa entre cómo se desempeñan la sociedad y el ambiente, de acuerdo al financiamiento, pero algunas empresas de las mismas buscan aplicar RSE, donde se evidencia que no existe a corto plazo algo financiado.

De acuerdo a esto, la dicha tiene una probabilidad amplia de programar el RSE donde surge muchas veces diversos argumentos:

### **Recursos Humanos**

Este programa ya antes mencionado, se puede enfocar de acuerdo al recluto o al retener los diversos talentos que cuentan, de manera especial se considera dentro de un nivel muy alto de competencia en el mercado, de acuerdo a esto este programa logra ayudar a surgir y al mejoramiento mediante la propaganda de una impresión buena, manteniendo la imagen de la compañía como trabajador, de manera especial en loas veces donde los laboradores pueden resultar de manera directa involucrarse mediante las actividades que se generan por dicho programa. (Bhattacharya, Sankar & Korschun, 2008. p. 37-44)

### **Filantropía corporativa estratégica**

Dichas compañías surgieron han comenzado a acoger lo ya mencionado, a criterio de no dar solamente a los que consumen, a los que proveen, la sociedad y aquellos que organizan activamente todo, como los inversionistas, también busca como actividad y estrategia que se adiciona dentro de la competitividad del comercio. (Bhattacharya, Sankar & Korschun, 2008. pp. 37-44)

### **La empresa extendida**

Dicho concepto nos da a entender que la empresa debe consistir en la integración de un nivel estratégico bueno dentro de la negociación y todos los diversos objetos que son pieza fundamental para un buen trabajo en conjunto de manera productiva, ya sea desde la clientela hasta aquel que le provee, siendo muy importante añadir RSE para lograr contar siendo responsables al compartir el accionar de lo que vale, muchas empresas inmensas

muchas veces muestran los responsables que son en la sociedad buscando siempre la fomentación de un buen criterio acerca del impacto que esta tenga. (Bueno, et al, 2003. p. 139).

**La RSE es posible que pueda tener una influencia positiva dentro de la competencia entre empresas de diversas maneras que podrían ser:**

Logra mejorar los procesos y la productividad como tal, teniendo como resultado una gran satisfacción mientras el cliente sea leal.

Existe una inmensa motivación siendo fieles con los que laburan, ya que esta aumentaría lo creativos e innovadores que son.

Mejorar la integración ante el público y la impresión o imagen que esta da, ya que motivaciones con regalos o premiaciones existirá una gran popularidad en la población para la empresa.

La imagen o mayor posición que existe dentro de la demanda o mercado en la población cuenta con una fuerte vinculación entre socio y otro socio de empresas o autoridades de la ciudadanía, teniendo así una calidad de mejoría para acceder a la ayuda de carácter público que cuenta en una imagen integra de dicha empresa.

Ahorrar los costos o la incrementación de lo rentable que puede ser, ya que a mayor numero en la que es eficaz aquellos recursos en la población y la productividad.

El crecimiento de lo que se factura o como se vende a raíz de dichos elementos que ya hemos citado. (Martínez, 2014)

### **1.3. Definición de términos básicos**

**1.- Deontología:** Esta cuenta como vertiente o inicio como manera prioritaria lo que es idóneo, esto trata acerca de lo bueno y feliz que es, dicho raciocinio como núcleo se puede dar mayor valor moral a la vida del ser humano y su accionar dentro del deber. (Santillán, 2013, p. 02)

**2.- Deontología Empresarial:** Es la parte del saber qué quiere decir lo que conviene hacer en la profesión en sí. (Ayala, 2012, p. 19).

**3.- Ética:** Aquella parte desde cuando se juzga y se valora la manera en la que el sujeto se comporta, paralelo a ello se logran formular muchos criterios que se evidencia la manera

en la que se debe accionar y el camino en la que va dirigido, designando siempre con aquella ética del accionar del ser humano. (Coz, 2006, p. 26).

**4.- Ética autónoma:** Nace y se fundó desde el mismo sujeto y como esta se comporta. (Garza, 1998, p.27)

**5.- Ética heterónoma:** Nace a raíz de otros sujetos o instituciones de manera externa a como el ser humano pueda accionar. (Garza, 1998, p. 27).

**6.- Moral:** Es el grupo de normativas que surgen del accionar de forma específica donde se basan de acuerdo a las diversas culturas, de acuerdo a esta se logra evidenciar lo bueno o no de como el sujeto acciona y por ello se logra obtener mediante lo consiente que es, puede referirse al grupo de normas en la conducta que se logra adquirir asimilando las diversas costumbres que cuenta y con aquellos valores existentes en la sociedad, ya sea como la familia, la religión o iglesias y muchas veces los vecinos lograr un desarrollo óptimo en la niñez. (Fontan & Fullat, 1995, p. 89)

**7.- Responsabilidad Social:** Cuenta con un amplio alcance para poder tener logros exitosos, por ellos mientras avanzan los años se convirtió estratégicamente mejor para atrapar nueva clientela de acuerdo a ciertos elementos que tengan un gran interés. (Aguilera y Puerto, 2012, p. 30).

**8.- Racionalmente:** existe una buena intención para poder razonar, orientando el actuar de como esta se da, los seres humanos no solo se comportan de por sí solos, ya que también cuentan con raciocinio. (Albert, 1988, p. 30)

**9.- Valores:** es una virtud en la que el hombre logra ser apreciado o valorado, ya que cuentan con independencia por si solos y se logra que la población pueda conocer y ponerlo en práctica diaria. (Kohlberg, 1989, p. 86)

**10.- Valores empresariales.** Los A criterio empresarial, dentro de los valores se dice que son un grupo que cuenta con principios en las que se logra una buena organización como empresa y/o corporaciones donde surgen objetivos claro que tengan ética y estos sean económicos. (<https://www.significados.com/ejemplos-valores-empresariales/>)

## **CAPITULO II**

### **MATERIAL Y METODOS**

#### **2.1.Hipótesis**

**Hi:** La deontología empresarial si influye significativamente en la responsabilidad social de la empresa Corpac S.A. Tarapoto, 2019.

**Ho:** La deontología empresarial no influye significativamente en la responsabilidad social de la empresa Corpac S.A. Tarapoto, 2019.

#### **2.2.Sistema de variables**

**Variable independiente:** Deontología empresarial

**Variable dependiente** : Responsabilidad social.

## Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Deontología Empresarial</b>	Esta surge desde hace muchos años cuando era la época de la modernidad, teniendo como terminología a donde deriva esta ciencia es la parte del saber qué quiere decir lo que conviene hacer en la profesión en sí.” (Ayala, 2012)	La deontología empresarial será evaluada a través de dos dimensiones: La ética y la moral. Aquí se aplica como se recolecta los datos y aquellos instrumentos, determinar el resultado 12 ítems, tomando en cuenta la escala de Likert de 5 niveles de medición. Se hará aplicando encuestas a 21 personas que son colaboradores de la empresa Corpac S.A.	Ética	Códigos éticos	Ordinal
			Moral	Valores	
<b>Responsabilidad Social</b>	Contamos con una fundamental y oportuna clave mediante lo cual podemos conseguir exitosamente lo mejor, ya que con el pasar del tiempo se pueda lograr estratégicamente atrapar nueva clientela y así contar con nuevas expectativas que sean de interés en general. (Aguilera y Puerto, 2012)	Lo ya mencionado, será evaluada a través de dos dimensiones: La responsabilidad social interna, la responsabilidad social externa. Con la aplicación de instrumentos de recolección de datos y determinar el resultado de 12 ítems, tomando en cuenta la escala de Likert de 5 niveles de medición. Se hará aplicando encuestas a 21 personas que son colaboradores de la empresa Corpac S.A.	Responsabilidad Social Interna	Trabajadores, Impacto medioambiental, Gestión de materias primas	Ordinal
			Responsabilidad Social Externa	Sociedad Proveedores Consumidores Clientes Stakeholders	

## 2.3. Tipo y nivel de investigación

### 2.3.1. Tipo de investigación

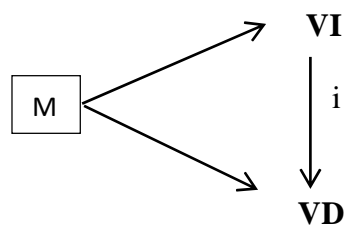
Investigación aplicada: Tiene que ser primordial concretizar la diversa resolución que cuenta con unas grandes problemáticas que se practican de forma inmediata de acuerdo a un orden para cambiar la condición existente, dicha finalidad se engloba en aportar mediante la sapiencia teórica de manera secundaria, debido a que es una investigación que se tomó teorías ya existentes en base a las dos variables. (Sánchez y Reyes. 2006)

### 2.3.2. Nivel de investigación

Dicho nivel de indagación de dicho estudio, ha sido de carácter correlacional, ya que mediante eso demostró la relación (influencia) entre ambas variables y determinar el nivel de correlación entre ambas variables. (Alvitres, 2000).

## 2.4. Diseño de la investigación

**Diseño no experimental:** De acuerdo los autores, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.149). “Aquello que se realiza en la indagación no expe. Es darse cuenta de las diversas anomalías de acuerdo a su círculo de forma natural y original, para que después se pueda analizar como tal.



M: muestra

Variable I: Deontología empresarial

Variable D: Responsabilidad social

Influencia: i (relación)

## 2.5. Población y muestra

2.5.1. **Población:** Según Hernández (2014), dicha población cuenta como una finalidad dentro de la indagación que conforma a todos los métodos para analizar ya que de acuerdo a ello se realiza determinados factores o elementos que logren dar pase a la identificación a la cual pertenece a la población que viene a ser objetiva. (p, 267). Dentro de Corpac S.A, Tarapoto fueron 21 trabajadores.

2.5.2. **Muestra:** Según Hernández (2014), en casos de que la población no se encuentra limitada, logra dar pase o alcance a poder elaborar una lista donde se conforme a los diversos elementos que estén dentro como tal, dicha lista se puede recibir como un marco a criterio de muestreo. Entonces fueron utilizados el universo muestral, es decir tomaremos los 21 trabajadores.

Área administrativa	Área de operaciones
06 trabajadores	15 trabajadores

## 2.6. Instrumentos y técnicas para la recolección de datos.

Técnica	Instrumento	Fuentes o Informantes
Encuestas	- Cuestionario	Personal que labora en Corpac S.A.

## 2.7. Técnicas de procesamiento y estudios de data.

Dicha data que se logra obtener de acuerdo a como se aplica las diversas técnicas y también los instrumentos como tal, se debe recurrir a las notorias vertientes que son las específicas e indicadas a la programación que se computariza mediante Excel y spss, de acuerdo a esta se debe efectuar, los cruces que se consideran de carácter necesario dentro de nuestra hipótesis que se han realizado, de acuerdo a esto se debe demostrar a través de tablas, un análisis y la gráfica en general, considerando también lo comparativo, dentro de esta se realiza un análisis de criterio objetivo donde se explica realidad. De acuerdo a

la indagación se evidencia que fue correlacional, donde se empleó una estadística con inferencia. Así mismo medir el coeficiente de correlación se utilizó el estadístico de Pearson, la misma que nos permitió contrastar la hipótesis.

## **2.8. Materiales y métodos**

### **Materiales**

Dentro de dicha indagación se empleó diversos aspectos como el bien, los diversos equipos o equipamiento de acuerdo a los servicios, de tal manera que ha permitido que se llegue a la finalidad que se ha deseado, a fin o criterio resolviendo la finalidad y objetivos que se han propuesto en la indagación.

### **Métodos**

Dicha indagación presentó una metodología de carácter hipótesis de carácter deductivo, de acuerdo a ellos se logra nacer desde cómo se ha observado en los casos más puntuales pudo que se plantean una problemática en la que se remite una teoría mediante un procesamiento inductivo, naciendo desde el marco teórico, donde se formula la hipótesis a través del raciocinio que se deduce a la validación empírica. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.52).



## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Resultados del objetivo específico uno.

**Tabla 1**

*Nivel de la dimensión ética, deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.*

Ítem	Indicador	Escala valorativa				
		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Importancia de la deontología en la organización	4.8%	4.8%	28.6%	57.1%	4.8%
2	Necesidad de capacitarse en códigos deontológicos	0.0%	4.8%	33.3%	52.4%	9.5%
3	Ética en los colaboradores para mejorar el desempeño,	0.0%	4.8%	28.6%	52.4%	14.3%
4	Deontología mejora sus funciones	0.0%	4.8%	23.8%	57.1%	14.3%
5	Grado de responsabilidad práctica que tienen los códigos deontológicos	0.0%	4.8%	33.3%	47.6%	14.3%
6	Ética como aporte a la responsabilidad social de los colaboradores	0.0%	4.8%	23.8%	57.1%	14.3%
	<b>Promedio</b>	<b>0.8%</b>	<b>4.8%</b>	<b>28.6%</b>	<b>54.0%</b>	<b>11.9%</b>

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto.

#### **Interpretación**

La primera tabla, que precede se evidencia el nivel en la que se encuentra la dimensión ética deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, de acuerdo a este promediando es la más elevada, donde se obtiene la mayoría de veces 54.0%, seguidamente A veces 28.6%, Siempre con 11.9%, Casi nunca con 4.8% y Nunca con 0.8%.

A criterio de valorización para los que son los puntos clave que indican y son parte de dicha variable de forma desagregada muestran la misma tendencia valorativa que el promedio, así la valoración Siempre presenta valores entre 47.6% para el indicador Grado de responsabilidad práctica que tienen los códigos deontológicos y 57.1% para los indicadores Importancia de la deontología en la organización, Deontología mejora sus funciones y Ética como aporte a la responsabilidad social de los colaboradores.

Para la valoración A veces los indicadores presentan un rango entre 23.8% para la ética como aporte a la responsabilidad social de los colaboradores y 33.3% para los indicadores Necesidad de capacitarse en códigos deontológicos y Deontología mejora sus funciones. Para la valoración Siempre los indicadores presentan un rango entre 4.8% para Importancia de la deontología en la organización, y 14.3% para todos los demás indicadores a excepción de Necesidad de capacitarse.

La valoración Casi Nunca en todos los indicadores presenta un valor de 4.8% y para la valoración Nunca este obtiene una valoración de 0.0% para todos los indicadores, a excepción del indicador Importancia de la deontología en la organización.

**Tabla 2**

*Nivel de la dimensión moral de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019*

Ítem	Indicador	Escala valorativa				
		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
7	Necesidad de practicar los principios morales de la deontología empresarial	0.0%	4.8%	14.3%	61.9%	19.0%
8	Demostración del valor moral en el cumplimiento de actividades	0.0%	4.8%	23.8%	57.1%	14.3%
9	Conocimiento de la diferencia entre ética y moral	9.5%	23.8%	19.0%	42.9%	4.8%
10	Aplicación de la moral desarrollada dentro de la empresa	4.8%	14.3%	38.1%	28.6%	14.3%
11	Solución de los dilemas éticos en la empresa	4.8%	14.3%	33.3%	33.3%	14.3%
12	Apartamiento de casos de inmoralidad dentro de la empresa	4.8%	9.5%	23.8%	47.6%	14.3%
	Promedio	4.0%	11.9%	25.4%	45.2%	13.5%

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto.

### **Interpretación**

Aquí se logra evidenciar que precede un nivel alto en la dimensión moral, deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, aquí se mira como la mayor valoración obteniendo la mayoría de veces con 45.2%, seguidamente de A veces con 25.4%, siempre con 13.5%, casi nunca con 11.8% y nunca con 4.0%.

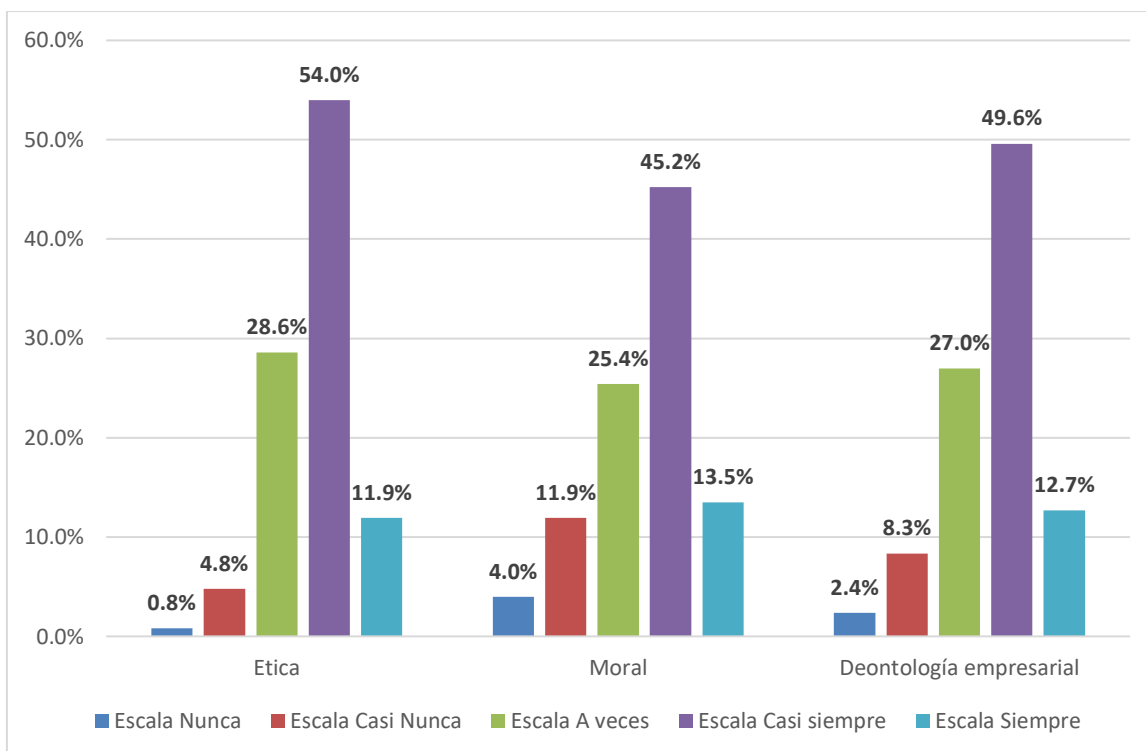
Dichos valores para los indicadores forman parte esta variabilidad dentro forma desagregada no muestran la misma tendencia, así para la valoración Casi siempre este alcanza sólo 28.6% para la dimensión Aplicación de la moral desarrollada dentro de la empresa y la más alta valoración con 61.9% para el indicador Necesidad de practicar los principios morales de la deontología empresarial y con 57.1% para Demostración del valor moral en el cumplimiento de actividades.

Para la valoración siempre, el valor más bajo lo obtiene el indicador Conocimiento de la diferencia entre ética y moral con 4.8%, y la más alta con 19.0% para Necesidad de prácticas los principios de la deontología empresarial, y con 14.3% los indicadores Demostración del valor moral en el cumplimiento de actividades, Aplicación de la moral desarrollada dentro de la empresa, Solución de los dilemas éticos en la empresa y Apartamiento de casos de inmoralidad de la empresa.

En el caso de la escala A veces las menores valoraciones lo obtienen Necesidad de practicar los principios morales de la deontología empresarial con 14.3% y conocimiento de la diferencia de ética y moral con 19.8%, y la más alta con 38.1% para Aplicación de la moral desarrollada dentro de la empresa, seguido de Solución de los dilemas éticos en la empresa con 33.3%.

La escala Casi nunca, la menor valoración lo obtienen Necesidad de practicar los principios morales de la deontología empresarial y Demostración del valor moral en el cumplimiento de actividades con 4.8% y las más altas valoraciones para Conocimiento de la diferencia entre ética y moral con 23.8%, seguido de Aplicación de la moral dentro de la empresa y Solución a dilemas éticos en la empresa con 14.3%.

Para la escala Nunca, dos indicadores obtienen una puntuación de 0.0% que son Necesidad de practicar los principios morales de la deontología empresarial y Demostración del valor moral en el cumplimiento de actividades; y 02 indicadores muestran valores de 4.8% siendo estos Aplicación de la moral desarrollada dentro de la empresa, Solución de los dilemas éticos en la empresa y Apartamiento de casos de inmoralidad dentro de la empresa.



**Figura 1.** Nivel de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto

### Interpretación

Dicha figura pone en evidencia en qué nivel de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, donde la variable deontología empresarial la puntuación más alta lo alcanza la escala Casi siempre con 49.6%, seguido de A veces con 27.0%, Siempre con 12.7%, Casi nunca con 8.3% y 2.4% Nunca.

Dichos valores promedio de diversas formas de dimensionar de la misma variabilidad, para la Ética la valoración Casi siempre alcanza 54.0%, seguido de A veces con 28.6%, Siempre con 11.9%, Casi Nunca con 4.8% y 0.8% para Nunca. Para la Moral la valoración Casi siempre alcanza 45.2%, seguido de A veces con 25.4%, Siempre con 13.5%, Casi Nunca con 11.9% y 4.0% para Nunca.

### 3.2. Resultados del objetivo específico 2

**Tabla 3**

*Nivel, responsabilidad social interna como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.*

Ítem	Indicador	Escala valorativa				
		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Pruebas objetivas de conocimiento para selección en el puesto de trabajo	4.8%	14.3%	52.4%	19.0%	9.5%
2	Inclusión de personas con habilidades diferentes en la empresa	4.8%	23.8%	42.9%	19.0%	9.5%
3	Realización de actividades de voluntariado corporativo	4.8%	28.6%	42.9%	14.3%	9.5%
4	Capacidad de los colaboradores para tomar decisiones de acuerdo a su área funcional	0.0%	9.5%	28.6%	42.9%	19.0%
5	Procesos de Salud y Seguridad ocupacional al margen de lo establecido por la legislación	0.0%	4.8%	19.0%	57.1%	19.0%
6	Premiación anual a los trabajadores con mejores de prácticas responsables	0.0%	4.8%	14.3%	61.9%	19.0%
	Promedio	2.4%	14.3%	33.3%	35.7%	14.3%

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto

#### **Interpretación**

La tabla 3 establece el nivel de la responsabilidad social interna como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, se evidencia puntuación más elevada lo obtuvo casi siempre o mayormente 35.7%, seguidamente de A veces 33.3%, y con igual valor de 14.3% tanto para Casi nunca y Siempre, y finalmente con 2.4% Nunca.

Los resultados para los indicadores no muestran la misma tendencia, así la puntuación más alta en Casi siempre lo obtienen Capacidad de los colaboradores para tomar decisiones de acuerdo a su área funcional (42.9%), Procesos de la salud y como esta engloba lo seguro que es dentro de lo ocupacional, de acuerdo o al margen de lo que ya se ha estipulado en la legislación (57.1%) y Premiación anual de los trabajadores con mejores prácticas responsables (61.9%). Mientras que la más alta puntuación en A veces lo obtienen Pruebas objetivas de conocimiento para selección en el puesto de trabajo (52.4%), Inclusión de personas con habilidades diferentes en la empresa (42.9%), y Realización de actividades de

voluntariado colaborativo (42.9%).

Para las valoraciones Nunca tres indicadores presentan valores de 4.8% que son Pruebas objetivas de conocimiento para selección en el puesto de trabajo, Inclusión de personas con habilidades diferentes en la empresa y Realización de actividades de voluntariado corporativo, y los tres indicadores restantes con 0.0%, que son Capacidad de los colaboradores para tomar decisiones de acuerdo a su área funcional; Procesos de lo ya mencionado más allá de los establecido por Legislación: y Premiación anual a los trabajadores con mejores prácticas responsables. Para los valores de Siempre los mismos indicadores que tienen una puntuación de 4.8% en Nunca, obtienen una puntuación de 9.5%, e igual ocurrencia obtienen los indicadores que tiene una puntuación de 0.0% en Nunca, que logran 19.0%.

#### Tabla 4

*Nivel de la responsabilidad social externa como valor agregado en la empresa CORPAC.*

*S.A. Tarapoto, 2019*

Ítem	Indicador	Escala valorativa				
		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
7	Establecimiento de retribución variable basado en el rendimiento a corto plazo del trabajador	9.5%	14.3%	23.8%	38.1%	14.3%
8	Plan de manejo de crisis a nivel social y/o medioambiental	4.8%	4.8%	28.6%	42.9%	19.0%
9	La tasa en la que se rota de forma voluntaria los que laboran es Menor su empresa, relación a otras empresas similares	0.0%	0.0%	23.8%	33.3%	42.9%
10	Mejora de su enfoque competitivo mediante los finales 3 Años en comparación con compañeros de laburo	0.0%	4.8%	19.0%	47.6%	28.6%
11	Estipendios cancelados sobre la media del sitio	4.8%	9.5%	19.0%	52.4%	14.3%
12	Apoyo público de actividades de promoción de RSE y sustentabilidad	9.5%	9.5%	23.8%	47.6%	9.5%
	Promedio	4.8%	7.1%	23.0%	43.7%	21.4%

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto

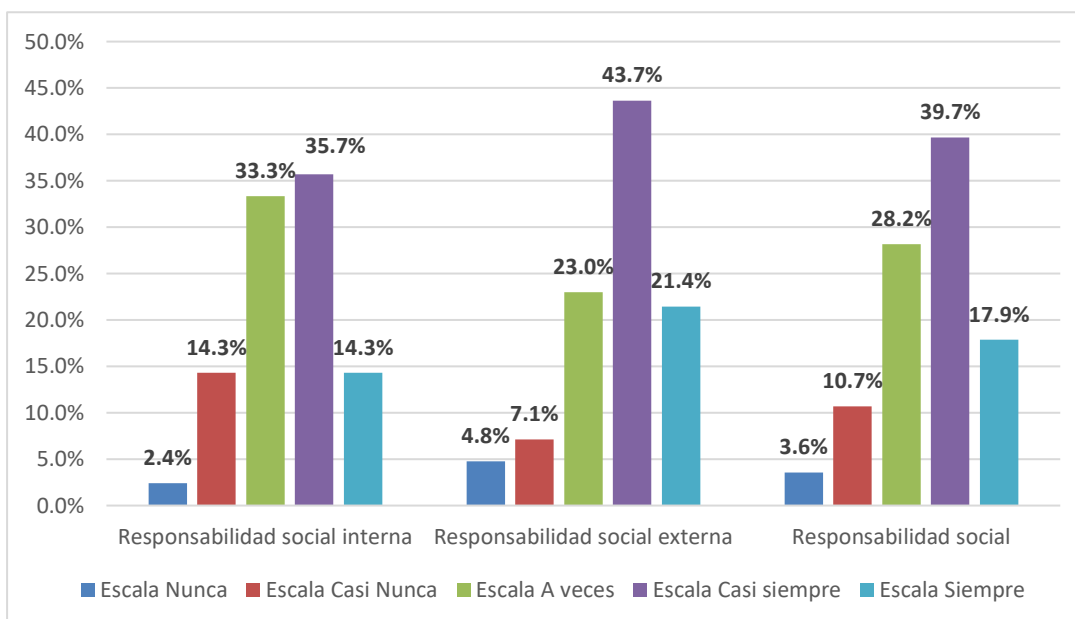
**Interpretación:**

Dicha tabla pone en evidencia, nivel que cuenta responsabilidad social externa como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, donde en promedio la más alta puntuación lo logra Casi Siempre con 43.7%, seguido de A veces con 23.0%, Siempre con 21.4%, Casi nunca con 7.1% y Nunca con 4.8%.

Los indicadores en todos los casos la más alta puntuación también lo logra Casi siempre, aun cuando se observa que algunos indicadores muestran diferencias significativas, así el indicador la tasa en la que se rota de forma voluntaria los que laboran es Menor su empresa, relación a otras empresas similares 33.3%, frente a valores de 52.2% para estipendios cancelados sobre la media del sitio y 47.6% para Mejora de su enfoque competitivo mediante los finales tres Años en comparación con sus compañeros de trabajo y Apoyo público de diligencias promocionando de RSE y sustentabilidad.

Cuanto a la valoración Siempre, resalta con un 42.9% el indicador la tasa en la que se rota de forma voluntaria los que laboran es Menor a su empresa relación a otras empresas similares, frente al 9.5% que alcanza Apoyo público de actividades de promoción de RSE y sustentabilidad y 14.3% Salarios pagados arriba de su media dentro del sectorización y Establecimiento en la que se retribuye dicha variación, que se basa en como rinde a corto plazo al laborador.

Para la valoración Nunca dos indicadores alcanzan un valor de 0.0%, siendo estos Mejora en comparación con compañeros de trabajo y la tasa en la que se rota de forma voluntaria los que laboran es Menor su empresa relación a otras empresas similares. Los que mayor puntuación logran en Nunca son Apoyo público de actividades de promoción de RSE y sustentabilidad y Establecimiento de retribución variable basado en el rendimiento a corto plazo del trabajador con 9.5%.



**Figura 2.** Nivel de la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto

### Interpretación

Aquí nos pone en evidencia, nivel de responsabilidad social empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, donde la variable responsabilidad social la puntuación más alta lo alcanza la escala Casi siempre con 39.7%, seguido de A veces con 28.2%, Siempre con 17.9%, Casi nunca con 10.7% y 3.6% Nunca.

Dicha valoración promedio de mediciones de dicha variable, para la Responsabilidad Social Interna la valoración Casi siempre alcanza 43.7%, seguido de A veces con 33.3%, Siempre y Casi nunca con 14.3% y 2.4% para Nunca. Para la Responsabilidad Social Externa la valoración Casi siempre alcanza 39.7%, seguido de A veces con 28.2%, Siempre con 17.9%, Casi Nunca con 10.7% y 3.6% para Nunca.

### 3.3. Resultados del objetivo específico 3

Dicho objetivo con el nivel de la determinación dicha prueba de correlación para su aplicación, en primer lugar, aplicamos la prueba de normalidad de la data.



**Tabla 5***Prueba de normalidad de las variables*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	sig.
Deontología empresarial	,769	21	,066
Responsabilidad social	,731	21	,065

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto

### Interpretación

La valoración que existe en dicha tabla expresan el obstáculo como prueba de forma normal de diferentes variables, en el cual se cuenta con muestra en la que se iguala con 21 seres humanos, contando así este al menor número con 50, donde se asumió en prueba correlacional debe aplicare en un alto nivel dentro de la variable deontología empresarial sale 0.066, la responsabilidad social 0,065.

De acuerdo a lo especificado por Sánchez y Reyes (2006, 103), la determinación si una data de los valores que proceden de la aplicación de un cuestionario de encuesta corresponde a una curva normal, es asumida bajo el considerando que el valor  $p > 0.05$ , y en nuestro caso el valor de significancia obtienen valores de 0.066 para la deontología empresarial y para la responsabilidad social de 0,065, por tanto es mayor 0.05, lo que permitió asumir Correlacional, el mismo que además es aplicada para variables no paramétricas.

**Tabla 6**

*Prueba de correlación de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.*

		Deontología empresarial	Responsabilidad social
Deontología empresarial	Correlación de Pearson	1	.761**
	Sig. (bilateral)		.000
Responsabilidad social	Correlación de Pearson	,761**	.1
	Sig. (bilateral)	.000	
N		21	.21

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

*Fuente:* Encuestas aplicadas a los trabajadores del CORPAC S.A. Tarapoto

## **Interpretación**

La tabla 6 nos muestra la prueba de correlación de la deontología empresarial en la responsabilidad dentro del carácter social de dicha empresa ya mencionada CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, en cuanto al estadístico muestra un valor 0.761, con un significativo de carácter doble de 0.00, de significancia igual a 0.01.

### **3.4. Resultados del Objetivo general.**

Dicho objetivo general plantea establecer atribución, deontología empresarial en la responsabilidad social de dicha empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, para lo cual procedemos a efectuar la prueba de hipótesis:

Paso 1: Determinación de la Hipótesis

Hipótesis Nula:  $H_0$ : La deontología empresarial no influye de manera significativa dentro de la responsabilidad social de la ya mencionada empresa Corpac S.A. Tarapoto, 2019.

Hipótesis Alternativa:  $H_1$ : La deontología empresarial si cuenta con un buen nivel de influencia de carácter significativo en la responsabilidad social de la sociedad Corpac S.A. Tarapoto, 2019.

Paso dos: Plebiscito del nivel de significancia

Lo elegido es:  $\alpha=0.05$

Paso tres: Demostración

Teniendo los criterios:

$p < 0.05$  se acepta la hipótesis  $H_1$  = Existe vinculación

$p > 0.05$  se acepta la hipótesis  $H_0$  = No existe vinculación

Paso cuatro: Comentario

Contando y optando y resultando así lo significativo que se iguala 0,000, por tal motivo, es  $< 0.05$ , se menciona a que debe ser rechazada la hipo. de carácter nulo. Entendiendo mejor que asume a que si existe vinculación significativa de deontología empresarial con la responsabilidad social de la empresa Corpac S.A. Tarapoto, 2019.; contando con valoración R de Pearson de 0.761.

Es decir, como conclusión, se acepta la hipótesis alterna:

Suposición Invierte:  $H_1$ : La deontología empresarial si influencia de forma abrupta y significativa en la responsabilidad social en Corpac S.A. Tarapoto, 2019

### **3.5. Discusión de resultados**

#### **Del Objetivo específico 1**

Los resultados de la variable deontológica al tener una valoración positiva (siempre y casi siempre) que obtiene una puntuación de 62.3%, y donde si bien las dimensiones obtienen valores ligeramente diferentes, donde Ética obtiene 65.9% y Moral con 58.7%, estos no son significativamente diferentes, lo que nos indica que para aproximadamente 4 de cada 10 trabajadores considera que los elementos de esta variable necesitan ser mejoradas, y aun cuando la empresa tiene un ISO 9001, este al tener solo componentes de naturaleza de los procesos productivos al parecer no tienen elementos claros sobre los aspectos de la ética y la moral, y al tratarse de una empresa pública a su vez están obligados a cumplir lo ya estipulado en aquel código éticamente hablando, desde resultados observados tampoco se cumplen satisfactoriamente, consideraciones muy similares a lo indicado por Acevedo, et. al (2017) quienes indican que las empresas que tienen una norma ISO 26000 implementada como parte de sus procesos internos tienen un 75% más de eficiencia productiva y los indicadores de la ética y la moral de sus trabajadores más cimentadas que en aquellas que no tienen

Desde un enfoque teórico, la deontología más que normas que tengan que ser conocidas, estas corresponden a normas que deben ser aplicadas, es decir depende en gran medida del comportamiento que asume cada colaborador en el empresa, pero la vez de la cultura organizacional que le imprimen los directivos, por tanto los resultados será la sumatoria de ambas intervenciones, la personal y el colectivo de la empresa, lo que se complementa con lo afirmado por Ayala, (2012, p. 10) que dice que, la esta cuenta con un conjunto de normativas que lograr dar ayuda en el camino al accionar del sujeto, ya sea de criterio socio individual, donde se deba escoger en diversos posibles que son más eficaces para obtener la finalidad en la que se ha propuesto.

Por otro lado, si bien en CORPAC SA Tarapoto los considerandos de la ética y la moral como parte de la deontología empresarial están estructurados y forman parte de los manuales y la estructura organizacional, los elementos que configuran su implementación y puesta en

práctica son los que falta reforzar, pues si bien se cumplen, estos no logran un nivel satisfactorio, pues partimos que la deontología en una empresa brinda libertad para pensamiento de los trabajadores, esta debe estar orientada y alineada al pensamiento crítico que la moral y la ética le imprimen, pues tal como lo establece Albert (1988, p. 49), la deontología no cuenta con una buena orientación dentro del pensar, ya sea por su accionar, ya que no muestra preocupación e importancia en lo que debe pensar y hacer, sin este tener una sapiencia teórica, ya sea practica mediante procesos prácticos que son de incumbencia global.

Para la dimensión ética de la deontología empresarial, los resultados muestra una valoración positiva (siempre y casi siempre) de 65.9%, como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, lo que contrariamente para un 44.1% de los trabajadores considera que esta presenta aspectos por mejorar, aun cuando un escaso 5.6% indica que esta es negativa (nunca y casi nunca), lo que nos permite inferir que los elementos éticos si bien son aplicados en el desenvolvimiento de los trabajadores y su alineamiento a los fines institucionales tanto desde el componente cognitivo como actitudinal necesitan ser reforzados para un mejor desempeño ético, afirmación que se complementa con lo afirmado por Ramos, Benito y Román (2018) que hacen mención que en muchas empresas los temas éticos son vistos solo, una acción para cumplir sus objetivos como empresa,

Al analizar por ejemplo los indicadores de la ética para la mejora del desempeño, de las funciones y el grado de responsabilidad práctica, y como aporte de la responsabilidad social de los colaboradores, en todos estos casos es recurrente la valoración obtiene valores de siempre y casi siempre para cerca de 6 de cada 10 trabajadores, nos indica que para 4 de 10 trabajadores las conductas éticas no tiene la relevancia que se debe tener como parte del sistema productivo de una empresa, debido quizá porque están centrados a cumplir los estándares técnicos de los procesos que les encargan y no los factores deontológicos que su accionar involucra, afirmación que se relaciona con lo indicado por Agulló (2015) que dice que. Al fomentar la cultura dentro de su gestionabilidad debe impactar de manera directa para manejar las demandas éticamente y como este se integra en dicha compañía que existe cultura ética.

Si el accionar de los trabajadores de Corpac S.A. de Tarapoto, no tiene una valoración alta de los elementos de la ética de la deontología empresarial, significa que no le dan la

importancia para la mejora de sus funciones o para la mejora de la responsabilidad social frente al accionar que realizan, quizá se deba al alto componente técnico de las funciones que desempeñan y el poco contacto con los usuarios a donde va dirigido sus funciones, y no están valorando la alta responsabilidad que involucra sus tareas como trabajadores y sin tomar conciencia del rol ético que también deben tener, es decir están actuando bajo el principio de la autonomía pero sin comprender el verdadero valor de ello, afirmación que se complementa con lo afirmado por Fernández y Hortal, fundamentada en el libre albedrío de los sujetos dentro de su accionar y en las decisiones que este tome, para caso de laboradores evaluados, solo están valorando su accionar para no generar daño, sin comprender la trascendencia de su accionar (1994, p. 35)

Para la valoración que se obtuvo del nivel de la extensión decorosa deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019 nos indican que la valoración positiva (siempre y casi siempre) alcanza una puntuación de 58.7%, es decir para cerca de 4 de cada 10 trabajadores este componente no se cumple de forma cabal, siendo esto valores inferiores a lo indicado por Luna y Legonía (2018) quien al analizar el comportamiento moral y de los valores de actuación del personal asistencial en salud indica que un 72,50% presentan un nivel valoración bueno.

Estos resultados no muestran valores mayores de cumplimiento para aquellos indicadores de tipo cognitivo frente a aquellos del tipo procedimental y actitudinal de la aplicación de los elementos de la moral deontológica, así la Necesidad de practicar los principios morales de la deontología alcanza una valoración positiva de (siempre y casi siempre) de 80.9%, frente a un valor de 42.9% que alcanza Aplicación de la moral desarrollada dentro de la empresa, lo que indica que cualquier intervención para la mejora de la deontología desde la moral debe ser abordada desde un enfoque integral, condición que permitiría cumplir con lo indicado.

Otros indicadores donde se observa que los aspectos actitudinales de la moral deontológica tienen menor valoración al momento de ser implementadas en comparación con los aspectos cognitivos de los mismos son, Solución de los dilemas éticos en la empresa y Apartamiento de casos de inmoralidad dentro de la empresa, que para el primer caso la valoración positiva (casi siempre y siempre) es de 47.6%, y para el segundo de 61.9%, es decir no se cumple en forma fehaciente lo estipulado por Garza (1998, p.24) que dice que la deontología se usa el

raciocinio, ya que cuenta con una base con carácter metodológico, en la que debe seguir una ilación, donde tiene como punto de partida la sapiencia, seguido de eso la voluntad y terminando con la libertad, y para caso CORPAC S.A. Tarapoto, la secuencia desde lo cognitivo hasta lo actitudinal, pasando por lo procedimental tiene valores que son menores en la medida de la secuencialidad de la racionalidad, por tanto desde el enfoque teórico existe una ruptura de la lógica del accionar de la ética.

### **Del Objetivo específico 2**

Dichos resultados de nivel, como valor agregado la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, obtiene una valoración positiva (siempre y casi siempre) de 57.6%, lo que nos indica que un 42.4% de los trabajadores considera que las acciones de la responsabilidad social tienen condiciones que demuestran que debe ser mejorada para lograr un adecuado performance, donde Quiroz (2015) quien al estudiar una empresa hotelera indica que 57% los que laburan no promueven lo ya mencionado de una forma idónea.

Teniendo en consideración que los procesos de la responsabilidad social no se cumplen, incluso aun cuando esta empresa tiene un Plan de Responsabilidad Social, se hace evidente que los factores actitudinales son los factores para su implementación correcta, pues normativamente o como política institucional implementan los planes, pero estos no tienen una valoración adecuada de su cumplimiento desde la perspectiva, no cumpliéndose con ello lo indicado por Aguilera y Puerto (2012, p. 30) que dice, dicha responsabilidad debe nacer con diversas alternativas para poder hacer una competencia dentro del mercado, dándole así un valor dentro de los seres humanos, teniendo como objetivo en convertir y sacar ventaja a la competencia.

A su vez, desde el enfoque teórico, la responsabilidad social no solo está centrado a acciones de filantropía, sino que van más allá de eso, pues busca el máximo valor compartido hacia los trabajadores y el escenarios externos en donde la empresa desarrolla sus acciones, y al tener resultados en CORPAC S.A. Tarapoto en un nivel medio, no se viene cumpliendo lo indicado por Correa (2007, p. 38), diversas compañías sacan a flote la razón en la que se brinda apoyo en la que se viene evidenciando en los seres humanos, al ambiente en general y también a como nacen y surgen lo nuevo hasta en generaciones.

Los resultados de la responsabilidad social interna como valor agregado en la empresa

CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, nos indica que aproximadamente el 50% , lo que nos demuestra que no se tiene una adecuada política institucional para promover estos elementos al interno de la entidad, contando así muy parecidos a lo evidenciado Luna y Legonía (2018) quien al analizar una empresa industrial indica 57% de los que laboran no buscan promover lo ya mencionado de manera idónea, donde los aspectos de la realización de actividades de voluntariado corporativo o la inclusión de personas con habilidades diferentes son las que menor performance obtienen, frente a premiación anual a los trabajadores con mejores prácticas de responsabilidad y los procesos de seguridad y salud ocupacional más allá de lo estipulado por la legislación los que mejor performance logran, por tanto cualquier intervención que se quiera implementar deberá optar por tomar con mayor énfasis aquellos elementos que han logrado una menor puntuación.

Siendo CORPAC S.A. una entidad privada de derecho público, es decir es administrada por el Estado Peruano, tener valores de responsabilidad social interna en un nivel de cumplimiento medio, indica que sus elementos productivos no vienen tomando en consideración la importancia que se merece los elementos del bienestar del trabajador de forma eficiente, y podríamos decir que se centra mucho en los aspectos normativos, pues uno de sus indicadores con mayor cumplimiento son las normas de salud y seguridad ocupacional, condición que se encuentra normado por una Ley, y las condiciones de su servicio en ese sentido podrían mejorar, pues Bueno, et al (2003. p. 139) indica que la responsabilidad social interna, favorece a la productividad de lo que se produce resultando aso mucha alegría siendo así leales a la clientela, generando una gran motivación a los laboradores.

Si los aspectos de la responsabilidad social hacia los trabajadores tiene un fuerte componente ley y normativo, es una condición que queda incompleta sino se toman los aspectos intrínsecos a la vida y el accionar mismo de los trabajadores, es decir los elementos intangibles de la persona para el desempeño de sus funciones, por consiguiente no se cumple lo indicado por Martínez (2014, p.21) quien indica que mientras mejor motivo y fiel sean los que laboran dentro, este aumenta lo que innova y crea en sí, lo que aporta a la responsabilidad social interna planteada por Aguilera y Puerto (2012, p. 30), una buena política de responsabilidad social perturba de carácter negativo a los que laboran, mejorando en sí la imagen del medio ambiente, en la que mediante gestionabilidad de la materia prima, y las condiciones del laburo y disminuyendo lo peligroso que es su producto.

Dichos resultados para el nivel de la responsabilidad social externa como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019 obtiene una puntuación positiva (siempre y casi siempre) de 64.1%, lo que nos indica que para aproximadamente 4 de cada 10 trabajadores no se tiene una adecuada responsabilidad social externa, aun cuando tenga un Plan de Responsabilidad Social, lo resultados nos indican que sus lineamientos no se aplican tal como está planificado, así el indicador Apoyo público de actividades de promoción de RSE y sustentabilidad obtiene una de las más bajas puntuación con una valoración positiva de 56.1%, condición similar a lo indicado por Gutiérrez (2018) que al estudiar a las empresas Colombianas con más de 50 trabajadores si bien tienen planes corporativos para desarrollar consideración éticas y de valores tendientes a tener una actuación responsable con sus clientes, población y ambiente, muchas veces sus conflictos con la comunidad se debe al no respeto de condiciones de relacionamiento comunitario y de cumplimiento de estándares de calidad y salud ocupacional como parte del valor compartido que se espera que las empresas desarrollan.

Desde el enfoque teórico, podemos afirmar que siendo CORPAC S.A. Tarapoto, y teniendo un mercado cautivo, es decir es la única empresa que brinda servicios aeroportuarios y por tanto tiene la exclusividad de los servicios, su accionar en cuanto al cumplimiento de los compromisos sociales hacia sus proveedores y comunidad no tienen igual valoración que una empresa privada que tiene que competir de forma constante, por tanto no se cumple lo afirmado por Aguilera y Puerto, que pone de manifiesto que, lo responsable que es la sociedad cuenta como una posibilidad muy fundamental para poder alcanzar ser exitoso, mediante el pasar de cada año se convirtió estratégicamente para obtener nueva clientela y ser de por si fieles a determinados conjuntos que son importantes. (2012, p. 30)

Por otro lado, desde la teoría de la empresa extendida, que, según Bueno, et al (2003. p. 139) implica que la RSE no debería ser con la finalidad de la compañía o empresa, ya que debe contar siendo responsables ambos mediante accionar valorativo, en CORPAC S.A. Tarapoto esta condición tiene falencias para alcanzar niveles satisfactorios del logro.

### **Del Objetivo específico 3**

#### **Discusión**

Los valores de la Prueba de Pearson al obtener una significado doble igual 0.00, nos indica que si hay vinculación entre variables Deontología empresarial la Responsabilidad social, y



al obtener el R de Pearson un valor 0.761 nos fundamenta que hay vinculación de carácter positivo contando con valoraciones similares evidenciado por Chuquizuta y Cruz (2018) quienes al estudiar una empresa productora de pollos indica que hay vinculación entre los responsables de carácter social y empresarial, con la imagen o prestigio que tiene como dentro lo corporativo, donde lo que se evidencia en los resultados es como coeficiente  $r=0.718$ , y un p- valor igual a 0.000 ( $p\text{-valor} < 0.05$ ).

Así mismo podemos afirmar que el Coeficiente de determinación ( $r^2$ ), logra un valor de 0.5791, es decir que un 57.81% de los elementos asociados a la responsabilidad social dependen del cumplimiento de los elementos de la deontología empresarial, por consiguiente, podemos inferir que si bien están interrelacionados estos tienen un nivel de influencia positiva, pero no preponderante para el logro de las acciones planteadas por la empresa para ambas variables

Desde el enfoque teórico, la existencia de vinculación la deontología empresarial, lo responsable de carácter social en CORPAC S.A Tarapoto, implica que no solo es tener inmersos los elementos de la ética y la moral en el accionar que realizan, sino que estas deben trascender a los escenarios sociales del entorno donde se desarrollan sus actividades, siendo congruente esta afirmación sobre lo descrito por Garza (1998, p. 24), que dice que la deontología es facilidad, de acuerdo a las funciones, y a la congruencia del sujeto, lo que se refleja en los resultados de sus intervenciones como parte de un colectivo..

### **Del Objetivo general**

Al haber determinado que la deontología empresarial si tiene una influencia de mucho significado, responsabilidad social como compañía Corpac S.A. Tarapoto, 2019, y siendo estos dos componentes de la gestión administrativa de CORPAC S.A Tarapoto, se debe tomar en consideración esta relación al momento de planificar, organizar y luego dirigir la entidad, incluyendo también las acciones de control, siendo estos valores coherentes con lo explicado por Orlitzky, Schmidt & Rynes (2003. p.403) que manifiesta que, que hay vinculación de manera directa mediante el cómo se desempeña y el financiamiento con acciones de RSE se usan, aun cuando No se busquen un beneficio económico a corto plazo.

## CONCLUSIONES

La investigación llega a las siguientes:

1. Se comprueba existencia de influencia de carácter significativo de la deontología empresarial en responsabilidad social como la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, donde el valor del R de Pearson asume un valor 0.761.
2. El nivel de la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019, obtiene valores de Casi siempre con 49.6%, A veces con 27.0%, Siempre con 12.7%, Casi nunca con 8.3% y 2.4% Nunca.
3. L altura de la responsabilidad de carácter social como valor agregado dicha empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, obtiene valores de Casi siempre con 39.7%, seguido de A veces con 28.2%, Siempre con 17.9%, Casi nunca con 10.7% y 3.6% Nunca.
4. Se demuestra lo que influye deontología empresarial dentro de responsabilidad social en CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, con una significancia de 0.05 y el valor  $p < 0.05$  y el R de Pearson obtiene 0.761, siendo una correspondencia verdadera templada.

## RECOMENDACIONES

Dicha investigación recomienda lo siguiente:

1. Al Gerente de CORPAC S.A. Tarapoto para que en su Plan de Relacionamiento Social incorpore compromisos de acción hacia sus trabajadores y sus stakeholders externos, enmarcados dentro de los principios y lineamientos que establece la deontología empresarial y la responsabilidad social como valor agregado en la empresa.
  
5. Al Jefe de Personal, para que incluya en su Programa de Desarrollo de Capacidades un plan formativo actitudinal de la deontología empresarial, que permitan el fortalecimiento de los lineamientos de acción del cumplimiento del componente ético de la deontología alienado al Código de ética que rige el accionar de la empresa como parte integrante de del Estado.
  
6. Al responsable de Relaciones Comunitarias de CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019, a redefinir los objetivos, lineamientos y metas de acción del Plan de Relacionamiento Social, mediante procesos participativos que incluya a la totalidad de los trabajadores y los stakeholders, con la finalidad de generar mayor compromiso al momento de ejecutar sus acciones, en pro de una mejora de la imagen corporativa de la empresa.
  
7. Al Gerente de Administración a la empresa CORPAC S.A Tarapoto, a socializar los logros de las acciones de la deontología empresarial y los logros de responsabilidad social obtenidos, desarrollando un programa de retroalimentación de procesos de lecciones aprendidas y buenas prácticas de gestión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acevedo, S.L., Pomacondor., Asmad, Z.M., Sánchez, D.I, y Vásquez, M (2017) Estrategias de responsabilidad social implementadas por las empresas en el periodo 2016 – 2017. (tesis) Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13357/>
- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Pensamiento & Gestión. Redalyc. núm. 32.
- Agulló, S. (2015). *La Coherencia ética en la gestión de los recursos humanos: Un factor clave para la forja del ETHOS Corporativo*. (tesis de doctorado). Universidad Ramón Llull, España.
- Ayala, M. (2012). Ética en el ámbito laboral.
- Barrio, E. (2016). *La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa-Caso Unilever España*. (tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Bhattacharya, C.B., Sankar Sen & Daniel Korschun (2008), "Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent". MIT Sloan Management Review, 49 (2), 37-44; «*The Good Company*». *The Economist*. 20 de enero de 2005. Consultado el 7 de marzo de 2008.
- Bueno, Carmen; Santos, María; Babba, Marietta, L. (2003). Nuevas tecnologías y cultura (1. ed. edición). Barcelona: Anthropos Editorial. p. 139.
- Chuquizuta, V. y Cruz, K. (2018). *Responsabilidad social empresarial y su relación con la imagen corporativa de los trabajadores de la empresa Don Pollo San Martín S.A.C*. (tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión. Tarapoto.
- Espinoza, M. (2017). *La ética profesional y la Calidad de Servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Los Milagros-Huánuco 2017*. (tesis de pregrado). Universidad de Huánuco.
- Gutiérrez, I. (2018) Deontología Empresarial. Revista Cátedra de la Universidad Panamericana de Colombia. Bogotá. <http://strategiamagazine.com/deontologia-empresarial/>
- Hernández, Fernández, y Baptista, (2014). Metodología de la Investigación. (Sexta; McGraw Hill, Ed.). México.

- Lindao, P. (2015). *La Deontología como aprendizaje de los estudiantes de cuarto año de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Guayaquil y su aplicación en el ámbito profesional*. (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Luna, F., y Legonía, S. M. (2018). *Nivel de conocimiento y aplicación del código de ética y deontología en el ejercicio profesional de enfermería del Hospital II-2 Tarapoto. periodo febrero - julio 2018*. (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Martín  
– Tarapoto, Perú.
- Llaca, S. (2015). *Correlación entre los niveles de conocimiento del código de Ética Médica y el de Autorregulación del ejercicio profesional. Ica, 2014*. (tesis de maestría). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Martínez, Y. (2014). Responsabilidad Social. Master executive en Dirección de Empresas Tecnológicas e Industriales.
- Minaya, M (2017) La ética empresarial: ¿Sólida o no? Lima. Esan. Univesidad Esan.
- Neciosup, D. (2015). *La Enseñanza de la Ética profesional como modo de concretizar la Responsabilidad Social Universitaria*. (tesis de maestría). Universidad de Piura.
- Orlitzky, Marc; Frank L. Schmidt, Sara L. Rynes (2003). «*Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis*» (PDF). Organization Studies (Londres: SAGE Publications) 24 (3): 403-441.
- Pillaca, P.A. (2018) Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 (tesis de titulación) Universidad César Vallejo. Lima.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26155/PILLACA\\_SP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26155/PILLACA_SP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Quiroz (2015). *Evaluación de la responsabilidad social y su influencia en la imagen corporativa del Hotel Cerro Verde, Tarapoto, 2015*. (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto.
- Ramos, S., Benito, C., y Román, B. (2018) Revista de la Sociedad Española del Dolor vol.26 no.5. Madrid, España. <https://dx.doi.org/10.20986/resed.2018.3671/2018>
- Sánchez, C. y Reyes, C. (2006). Metodología y Diseño en la investigación científica. Editorial Visión Universitaria. Lima-Perú.

Santillán, M. (2013). Ética definiciones y teorías. Lima: Fondo Editoriales.

Villa, M. (2015). Los principios éticos y las obligaciones civiles. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. Consultado el 2 de noviembre de 2017.

ANDI, Asociación nacional de empresarios (2015). Mapeo de los modelos de desarrollo de proveedores. Consultado el 22 de octubre de 2017.

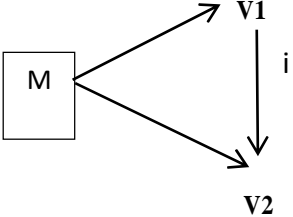
Torres (2014). La RSE y la nueva forma de concebir negocios. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/impres/rse-nueva-forma-concebir-negocios-1582-noticia/>

**ANEXOS**

**Anexo A: Matriz de consistencia**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	FUNDAMENTO TEÓRICO
<p>¿Cómo influye la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?</p> <p><b>Problemas secundarios:</b></p> <p>¿De qué manera influye la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?</p> <p>¿De qué manera influye la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?</p> <p>¿Cómo es la influencia de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar la influencia de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto. 2019.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>- Evaluar la deontología empresarial como herramienta principal de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.</p> <p>-Analizar la responsabilidad social como valor agregado en la empresa CORPAC. S.A. Tarapoto, 2019.</p> <p>- Demostrar la influencia de la deontología empresarial en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.</p>	<p><b>Hi:</b> La deontología empresarial si influye significativamente en la responsabilidad social de la empresa Corpac S.A. Tarapoto, 2019.</p> <p><b>Ho:</b> La deontología empresarial no influye significativamente en la responsabilidad social de la empresa Corpac S.A. Tarapoto, 2019.</p>	<p><b>DEONTOLOGÍA EMPRESARIAL:</b> La deontológica empresarial, por su parte, tiene como punto de partida la prioridad de lo correcto (del deber o de lo justo) sobre el bien o la felicidad. El criterio central con el que podemos valorar moralmente una vida humana y sus acciones es el deber. (Ayala, 2012)</p> <p><b>RESPONSABILIDAD SOCIAL:</b> Es una oportunidad clave para lograr el éxito, lo cual con el pasar de los años se convertido en una estrategia para captar nuevos clientes y fidelizar a ciertos grupos de interés. (Aguilera y Puerto, 2012)</p>



DISEÑO DE INVESTIGACION	POBLACION Y MUESTRA	VARIABLES DE ESTUDIO	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS								
 <p><b>Donde:</b>  M: Muestra  V1: Deontología Empresarial  V2: Responsabilidad Social  i : incidencia (relación)</p>	<p><b>Muestra Universal o Población Muestral</b></p> <p><b>Población:</b> Según Hernández, (2014): Dicha población cuenta como una finalidad dentro de la indagación que conforma a todos los métodos para analizar ya que de acuerdo a ello se realiza determinados factores o elementos que logren dar pase a la identificación a la cual pertenece a la población que viene a ser objetiva. (p, 267). Dentro de Corpac S.A, Tarapoto fueron 21 trabajadores.</p> <p><b>Muestra:</b> Entonces utilizaremos el universo muestral, es decir tomaremos los 21 trabajadores</p>	<p><b>Variables</b></p> <p>V1: Deontología empresarial  V 2: Responsabilidad social</p> <table border="1" data-bbox="1050 671 1547 1158"> <thead> <tr> <th>VARIABLE</th> <th>DIMENSIONES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Deontología Empresarial</td> <td>Ética</td> </tr> <tr> <td>Moral</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Responsabilidad Social</td> <td>Responsabilidad Social Interna</td> </tr> <tr> <td>Responsabilidad Social Externa</td> </tr> </tbody> </table>	VARIABLE	DIMENSIONES	Deontología Empresarial	Ética	Moral	Responsabilidad Social	Responsabilidad Social Interna	Responsabilidad Social Externa	<p><b>Nombre:</b> Deontología Empresarial  <b>Autor:</b> Elaboración de la autora  <b>Año de Publicación:</b> 2019  <b>Ámbito de aplicación:</b> Empresa CORPAC S.A.</p> <p><b>Nombre:</b> Responsabilidad Social  <b>Autor:</b> Elaboración de la autora  <b>Año de Publicación:</b> 2019  <b>Ámbito de aplicación:</b> Empresa CORPAC S.A.</p>
VARIABLE	DIMENSIONES										
Deontología Empresarial	Ética										
	Moral										
Responsabilidad Social	Responsabilidad Social Interna										
	Responsabilidad Social Externa										

### Anexo B: Encuesta

Cuestionario sobre Deontología Empresarial y cómo influye, Responsabilidad Social de la entidad CORPAC S.A. Tarapoto. 2019.

**Instrucciones:** Marque con una “X” la respuesta que usted considera que es la correcta en cuanto a lo que se le pregunta a continuación. Para el cual deberá de tener en cuenta la siguiente escala de medición:

1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
<b>DEONTOLOGÍA EMPRESARIAL</b>						
<b>Ética</b>						
01	¿Cree usted que la deontología empresarial es importante en las organizaciones?	1	2	3	4	5
02	¿Considera que los colaboradores deben capacitarse sobre los códigos deontológicos?	1	2	3	4	5
03	¿La aplicación de la ética en los colaboradores, permitirá que mejoren su desempeño?	1	2	3	4	5
04	¿Cree usted que la deontología permite el progreso adecuado de sus funciones en CORPAC S.A.?	1	2	3	4	5
05	¿Sabe usted el grado de responsabilidad práctica que tiene cada código deontológico?	1	2	3	4	5
06	¿Considera que la ética aportará en la responsabilidad social de los colaboradores en la empresa?	1	2	3	4	5
<b>Moral</b>						
07	¿Considera necesario practicar los principios morales que exige la deontología empresarial para la empresa?	1	2	3	4	5
08	¿Considera usted demostrar valor moral en el cumplimiento de sus actividades en CORPAC S.A.?	1	2	3	4	5
09	¿Sabe usted cual es la diferencia entre ética y moral?	1	2	3	4	5
10	¿Considera usted que la moral es desarrollada dentro de CORPAC S.A. por parte de todo el personal?	1	2	3	4	5
11	¿Los dilemas éticos en CORPAC S.A., se llegan a solucionar?	1	2	3	4	5
12	¿Existieron casos de inmoralidad dentro de CORPAC S.A.?	1	2	3	4	5

### Anexo C: Encuesta

Cuestionario sobre Deontología Empresarial y cómo influye dentro de Responsabilidad Social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019.

**Instrucciones:** Marque con una “X” la respuesta que usted cree que es correcto en cuanto a lo que se le pregunta a continuación. Para el cual deberá de tener en cuenta la siguiente escala de medición:

1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>						
<b>Responsabilidad Social Interna</b>						
01	¿Se realizan pruebas que tengan carácter objetivo en candidatos siendo elegidos para ocupar el cargo laboral en CORPAC SA?	1	2	3	4	5
02	¿Dentro de la empresa están incluidas personas con habilidades diferentes?	1	2	3	4	5
03	¿Realizan actividades de voluntariado corporativo?	1	2	3	4	5
04	¿Los colaboradores son capaces de tomar decisiones de acuerdo a su área funcional?	1	2	3	4	5
05	¿Se convidan dentro de los procedimientos que fueron elegidos por seguridad y salud al margen de lo estipulado por la legislación?	1	2	3	4	5
06	¿Se premia todos los años a trabajadores, que cuenten con praxis mucho más responsable?	1	2	3	4	5
<b>Responsabilidad Social Externa</b>						
07	¿En caso de que se establezca como retribución una variable que está basada en rendir a menor tiempo del sujeto?	1	2	3	4	5
08	¿Hay algún plan de para poder manejar la crisis en casos en que se evidencien un nivel medioambiental?	1	2	3	4	5
09	¿La tasa de rotación voluntaria de los que laburan de manera esencial en dicha empresa, de acuerdo a la competitividad que hay en estos últimos 3 años ?	1	2	3	4	5
10	¿Ha renovado su posición de criterio competitivo mediante los tres últimos años en comparación con sus compañeros de trabajo?	1	2	3	4	5
11	¿Se pagan salarios por encima de la media del sector?	1	2	3	4	5
12	¿Se estriban de manera pública las diversas actividades promoviendo de RSE y sustentabilidad?	1	2	3	4	5

---

# La deontología empresarial y su influencia en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019

*por* Solange Stefany Gonzales Ramírez / Danny Daniel Ramírez  
Ushiñahua

---

**Fecha de entrega:** 25-ene-2023 01:24p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1999285523

**Nombre del archivo:** TESIS\_PARAFRASEADA\_SOLANGE-DANIEL.docx (276.32K)

**Total de palabras:** 17906

**Total de caracteres:** 94048

# La deontología empresarial y su influencia en la responsabilidad social de la empresa CORPAC S.A. Tarapoto, 2019

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>11</b> %	<b>11</b> %	<b>1</b> %	<b>4</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.unsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>revistas.pucp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>3</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>4</b>	<b>core.ac.uk</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>repositorio.uancv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1</b> %
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1</b> %