

Artículo de Investigación

Competitividad en el sistema integrado de transporte y la responsabilidad social empresarial

Competitiveness in the integrated transport system and corporate social responsibility

Elsa Emma Neira-Ponce¹: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

eneirap@unsa.edu.pe

Freddy Leonidas Corrales-Peralta: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

fcorralesp@unsa.edu.pe

Francisco Javier Tantalean-Vásquez: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

ftantalean@unsa.edu.pe

Fecha de Recepción: 22/05/2024

Fecha de Aceptación: 29/08/2024

Fecha de Publicación: 07/11/2024

Cómo citar el artículo

Neira-Ponce, E. E., Corrales-Peralta, F. L. y Tantalean-Vásquez, F. J. (2024). Competitividad en el sistema integrado de transporte y la responsabilidad social empresarial [Competitiveness in the integrated transport system and corporate social responsibility]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1286>

Resumen:

Introducción: La investigación resalta la importancia de la responsabilidad social empresarial, que permite alcanzar ventajas competitivas en el mercado actual, centrándose en las empresas de transporte que aportan riqueza dentro de una sociedad. **Metodología:** El estudio tiene un alcance correlacional siendo una investigación transversal no experimental; se hicieron estudios basados en encuestas de responsabilidad social empresarial tipo Likert, con tres dimensiones (social, económica y medioambiental), y la variable competitividad; la unidad de estudio fue el sistema integrado de transporte en la ciudad de Arequipa, Perú. **Resultados:** Se planteó una relación positiva significativa entre responsabilidad social empresarial y la competitividad, en el sistema integrado de transporte, alcanzando niveles altos de regresión, lo que demuestra que sí hay una correlación alta muy significativa. **Discusión:** Actualmente las organizaciones tienden a mantener la triada empresa, sociedad, gobierno con niveles de competitividad en el sector transporte. **Conclusiones:** La globalización hace necesario que las organizaciones estén alineadas con las necesidades de una sociedad que busca tener mejor calidad de vida y que depende en gran medida del aporte de estos grupos, que ayude a las

¹ Elsa Emma Neira-Ponce¹ : Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (Perú).

organizaciones a ser más competitivas.

Palabras clave: dimensión social; dimensión económica; dimensión medioambiental; competitividad; Responsabilidad Social Empresarial; transporte; integridad; gobierno.

Abstract:

Introduction: The research focuses on the importance of corporate social responsibility that allows for competitive advantages in today's market, focused on the transport companies that generate wealth for a society. **Methodology:** The research has a correlational scope, being a non-experimental cross-sectional research; studies were made based on Likert-type surveys of corporate social responsibility with three dimensions which are social dimension, economic dimension and environmental dimension, and the variable competitiveness; the unit of study was the integrated transport system in the city of Arequipa, Peru. **Results:** A significant positive relationship was established between corporate social responsibility and competitiveness in the integrated transport system, reaching high levels of correlation, which shows that there is a very significant high correlation. **Discussion:** Currently organizations tend to maintain the triad company, society, government with levels of competitiveness in the transportation sector. **Conclusions:** Globalization requires that organizations are in line with the needs of a society that seeks to have a better quality of life and that depends greatly on the contribution of these groups that helps organizations to be more competitive.

Keywords: social dimension; economic dimension; environmental dimension; competitiveness; Corporate social responsibility; transportation; integrity; government.

1. Introducción

La competitividad de una empresa está dada por las condiciones en las que oferta y presenta sus productos o servicios a la sociedad en la que se desenvuelve; estas condiciones son, en primer lugar, la excelente calidad del producto o servicio, las capacidades técnicas y personales de los colaboradores y el respaldo económico y financiero de la empresa, entre otras.

Estas características propiciarán que la empresa alcance, primero, la sostenibilidad y, posteriormente, el escalamiento o crecimiento, orientado a ocupar una mayor porción del mercado, vía mayor producción, aumento de la capacidad operativa, aumento de capital, alianzas estratégicas, etc. En este punto se aprecia la importancia de la globalización empresarial, la cual abarca también al sector transporte, en el que las organizaciones con éxito son aquellas que centran sus actividades en acciones para lograr mejoras a nivel competitivo, ya que se trata de un sector que aporta a la economía social de un país generando mayores ingresos y ventajas, brindando mejores servicios de buena calidad, cada vez más exigidos por la sociedad (Richkarday y Martínez de Santiago, 1992).

El sistema integrado de transporte, a través de sus organizaciones, aporta aspectos importantes a la sociedad para alcanzar mejoras en los niveles ambientales, urbanos y de salud, los cuales adquieren cada vez mayor relevancia para los usuarios, así como para los investigadores en el campo académico universitario; es así que la competitividad en las empresas de transporte llega a relacionarse con el concepto de responsabilidad social donde el dinero no es el objetivo prioritario, sino más bien alcanzar niveles institucionales de ética y moral, logrando la satisfacción de las partes y de la sociedad (Lv *et al.*, 2023).

El Sistema Integrado de Transporte (SIT) en Arequipa está relacionado con sectores productivos donde se maneja el concepto de responsabilidad social empresarial, con lo que se

va a llegar al establecimiento de empresas económicamente responsables que impulsen su sostenibilidad; de esta manera la empresa alcanzará beneficios perceptibles fomentados por las políticas de responsabilidad social que emanan de niveles competitivos (Galbreath y Shum, 2012).

Los sistemas integrados de transporte buscan en sus operaciones la responsabilidad con el medio ambiente y con la sociedad, estando impulsadas por la competitividad en este sector. La implementación de políticas ambientales genera una ventaja competitiva, porque permite alcanzar mejoras en el nivel de vida de la población. Las empresas de la industria del transporte necesitan tomar medidas dentro de sus operaciones: “implementar políticas ambientales otorga a las corporaciones una ventaja competitiva fundamental, que es aplicada en todas las empresas para ganar reconocimientos en el mercado” (Alda, 2018, p. 17).

1.1. Responsabilidad Social

La responsabilidad social en una organización tiene muchas ventajas tanto a nivel interno como a nivel externo, impulsándola a tener un ambiente saludable, manteniendo sólidas relaciones laborales dentro de la organización con el efecto saludable en la sociedad, fomentando el desarrollo sostenible empresarial; es por estos enaltecidos objetivos que el sistema integrado de transporte busca mejorar el servicio de transporte urbano en la sociedad arequipeña. Las organizaciones agrupadas en el Sistema Integrado de Transporte de la ciudad están logrando ventajas competitivas basadas en estrategias, buscando incorporarse en una sociedad donde el rol de la responsabilidad social es buscar un valor empresarial (Saeidi *et al.*, 2015).

En su investigación, Jiménez *et al.* (2016) decían que la responsabilidad social empresarial busca aumentar la competitividad, aumentando índices de contratación a nuevos trabajadores, fortalecer la imagen de la marca, mejora en el aspecto financiero de la organización, mayor acceso al capital para mejorar la calidad del servicio, reducción de costos con acciones de reciclaje, reducir actividades peligrosas para el medio ambiente y mejora en el desempeño financiero de la organización.

Gallardo-Vázquez *et al.* (2013) definen la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como el compromiso que asumen las empresas de ir más allá del cumplimiento de las leyes y normativas vigentes, adoptando voluntariamente prácticas que contribuyan al bienestar social, ambiental y económico de la comunidad en la que operan. Según Gallardo-Vázquez *et al.* (2013), la Responsabilidad Social Empresarial implica una gestión empresarial ética y transparente, que busca equilibrar los intereses de todos los grupos de interés (*stakeholders*), como empleados, clientes, proveedores, comunidades y el medio ambiente

La responsabilidad social empresarial tiene como objetivo el mejoramiento social, económico y ambiental en las empresas, lo cual permite que mejore la imagen e influya en el consumo de sus productos o servicios y, a su vez, lo diferencia del resto de competidores, la mayoría de las empresas que ejecutan responsabilidad social empresarial son las multinacionales o grandes empresas posicionadas en el mercado internacional (Briones Kusactay *et al.*, 2019, p. 158).

La Responsabilidad Social Empresarial es importante para el Sistema Integrado de Transporte (SIT) en Arequipa por varias razones. Implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial puede fortalecer la relación del sistema de transporte con la comunidad, mejorando su sostenibilidad a largo plazo, con la mejora de la movilidad en la ciudad se alcanza un transporte más ordenado facilitando el acceso del transporte a todos los niveles

sociales, favoreciendo a otros sectores como son el comercio y el turismo; de esta forma, el sistema de transporte puede ser más competitivo involucrando a la comunidad a responder a sus necesidades sociales y el gobierno a mantener la sostenibilidad de la ciudad.

1.2. Competitividad

Porter (1990) fue uno de los pioneros en plantear un concepto de ventaja competitiva y la define como “la capacidad de una empresa para producir bienes o servicios que superen en calidad y/o precio a los de sus competidores en el mercado” (p. 4). Porter expresa también que la competitividad es un modelo conformado por cinco fuerzas que promueven el cambio dentro de las organizaciones y las lleva a ser más sostenibles (Porter, 1990, pp. 4-33). Elkington (1998) la define como la capacidad de una empresa o economía para mantener un crecimiento y desarrollo sostenibles a largo plazo, considerando aspectos económicos, sociales y ambientales (Elkington, 1998, pp. 37-51).

En el campo empresarial se manejan otros conceptos de competitividad bajo diferentes áreas del conocimiento y sectores económicos de cada país (Romero-Suárez *et al.*, 2020). El World Economic Forum la define como las habilidades de una región o país para atraer y mantener empresas con éxito, lo cual depende de factores como la infraestructura, capital humano, tecnológico y político (Schwab, 2019).

Cuando se presenta el estudio sobre qué es la competitividad, muchos autores, especialmente aquellos que están incursionando en el campo empresarial, enfocan su concepto en el sostenimiento de la inversión y generación de nuevos mercados (Lombana y Rozas, 2006).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) utiliza mucho el concepto de competitividad bajo el enfoque de carácter estructural en el que Michael Porter resalta el factor humano, destacando la importancia de generar una mejor calidad de vida; es así que fue uno de los primeros en diseñar elementos importantes bajo el concepto de competitividad (Lombana y Rozas, 2006).

La productividad es a la larga, el determinante primordial del nivel de vida de un país y el ingreso nacional por habitante. La productividad de los recursos humanos determina los salarios, y la productividad proveniente del capital determina los beneficios que obtienen sus propietarios (Porter, 1990, p. 37).

Las políticas y las estrategias en un país son elementos importantes para alcanzar niveles de competitividad que enrumban el bienestar económico de una nación y Perú carece de esos elementos, de manera que es primordial que se busquen áreas productivas en las cuales se encaminen esos niveles de competitividad, siendo una de esas áreas el transporte en el país (Monge Castro, 2010).

Cuando se menciona la competitividad se plantean tres fuerzas importantes que son la competencia actual, competencia potencial y poder de negociación de los agentes (Benítez, 2012). La competitividad puede analizarse desde características internas y externas, siendo considerada por muchos autores como algo difícil de estructurar, porque existen muchas variables que intervienen para mantener alineados los márgenes de niveles productivos, organizativos y de manejo empresarial logrando el conocimiento para generar valor en las organizaciones (Romero-Suárez *et al.*, 2020).

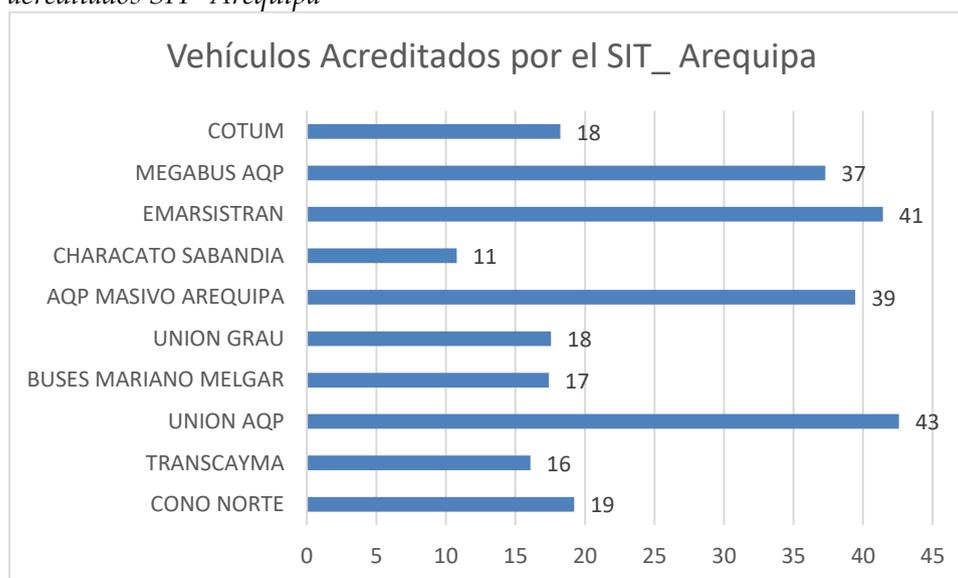
2. Metodología

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar si existe o no relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad. El método aplicado en el estudio es una investigación no experimental, transversal, porque se han tomado todos los datos en un solo momento mediante un cuestionario como fuente de información primaria donde no se manipuló ninguna variable. Para lograr el propósito señalado, la investigación centró su estudio en el sistema integrado de transporte, en la ciudad de Arequipa, conocido como SIT, el cual está conformado por 10 empresas legalmente constituidas que agrupan a 1.569 socios accionistas en su conjunto, cada uno de los cuales aporta uno o más vehículos de transporte urbano.

Para el levantamiento de la información se han considerado como factores de inclusión a los socios con intenciones de generar cambios en los servicios prestados y que tengan hijos como sucesores para la gestión. Para el estudio solo respondieron 260 socios, los cuales se encuentran acreditados por la municipalidad. Otro aspecto relevante es que la muestra fue estratificada para lograr mayor representatividad en la información.

Figura 1.

Vehículos acreditados SIT- Arequipa



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de la municipalidad provincial de Arequipa (2024).

El estudio está enfocado en desarrollar dos variables que se van a relacionar: la primera variable es la responsabilidad social empresarial, que está determinada por sus dimensiones social, económica y la trascendente dimensión medioambiental.

Como segunda variable para buscar su correlación, se estudiará la competitividad. El cuestionario aplicado para el levantamiento de la información tuvo una población de 1569 transportistas siendo enviado los cuestionarios a cada una de las unidades de vehículos acreditados por la municipalidad de Arequipa, respondiendo 260 transportistas los cuales están distribuidos por zonas estratificadas según se presenta en la Figura 1. Las preguntas fueron de tipo Likert, de las cuales 35 abordaban la variable responsabilidad social empresarial y 10, la variable competitividad, logrando con ello establecer las relaciones entre las variables

analizadas. En la Tabla 1 se muestran algunas interrogantes que sustentan la investigación desarrollada. El estudio tiene un alcance cuantitativo utilizando la técnica de la encuesta con el instrumento cuestionario, tomando como referencia el validado por Dolores Gallardo que presenta un estudio con pequeñas y medianas empresas de diferentes sectores productivos y de servicios (Gallardo-Vázquez *et al.*, 2019).

Tabla 1.

Cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión Social	
DS1	Estamos a favor de la contratación de personas en riesgo de exclusión social.
DS3	Nos preocupamos por mejorar la calidad de vida de los empleados.
DS8	Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados.
DS9	Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal.
DS12	Participamos en proyectos sociales destinados a la comunidad.
DS13	Animamos a los empleados a participar en actividades de voluntariado.
DS14	Los mecanismos de diálogo con los empleados son dinámicos.
Dimensión Económica	
DE1	Nos preocupamos por proporcionar servicios de alta calidad a nuestros clientes.
DE2	Nuestros servicios cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad.
DE3	Nos distinguimos por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida.
DE6	El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de nuestra gestión.
DE8	Somos conscientes de la importancia de incorporar compras responsables (es decir, preferimos proveedores responsables).
DE9	Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región.
Dimensión Medioambiental	
DMA1	Somos capaces de minimizar nuestro impacto medio ambiental.
DMA3	Consideramos el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia.
DMA6	Somos conscientes de que las empresas deben planificar sus inversiones en reducción de impacto medioambiental que generen.
DMA7	Estamos a favor de la reducción en emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales.
DMA8	Tenemos una predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos iconológicos.
DMA9	Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables.

Fuente: Gallardo-Vázquez *et al.*, 2013.

El levantamiento de la información se realizó mediante formulario virtual que fue distribuido para cada uno de los estratos, buscando horas libres, porque el sistema de transportes trabaja de manera constante durante la jornada laboral diaria, problemática que se repite en casi todos los días. Para el análisis de la información se utilizó el *software* estadístico SPSS, que ayuda al desarrollo de análisis y comprensión de las correlaciones encontradas. En algunos casos, se tuvo que recurrir al levantamiento de la información en físico, porque los transportistas hacían el trabajo de chóferes en alguna de las unidades de transporte. Luego del levantamiento de la información se procedió a la evaluación estadística utilizando páginas de Excel y el *software* pertinente para la comprobación de hipótesis por análisis hipotético deductivo de la investigación.

2.1. Hipótesis

Para la confirmación de la investigación y el logro de los objetivos planteados, se propuso como hipótesis general la probabilidad de que exista una relación positiva significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en el sistema integrado de transporte de la ciudad de Arequipa, buscando con esta hipótesis determinar si existe o no relación, y de esta dualidad demostrar que el sistema integrado de transporte puede ser sostenible cuando llegue a ser competitivo. Asimismo, se plantearon tres hipótesis secundarias.

La primera hipótesis plantea que es probable que exista una relación positiva significativa entre la dimensión social de la responsabilidad social y la competitividad del sistema integrado de transporte de la ciudad de Arequipa. Aquí podemos conocer si el sistema integrado de transporte participa con proyectos o políticas que fortalezcan socialmente a la comunidad realizando algunas actividades que ayuden a mejorar sus niveles de competitividad.

La segunda hipótesis plantea que es posible que exista una relación positiva entre la dimensión económica de responsabilidad social empresarial y la competitividad del sistema integrado de transporte de la ciudad de Arequipa, si es que las empresas de transporte se adaptan a modelos de responsabilidad social, reduciendo sus gastos, mejorando el uso de energía, adoptando acciones de reciclaje y generando mayores niveles de productividad.

La tercera hipótesis plantea que es posible que exista una relación positiva entre la dimensión del medio ambiente y la competitividad en el sistema integrado de transporte de la ciudad de Arequipa, ya que el manejo del medio ambiente y el uso adecuado de la energía aporta a la reducción de gastos, el buen manejo de los desechos unido a correctos hábitos de reciclaje redundará en una mejor política de respeto al medio ambiente, dado que, agrupando los residuos por categorías, se consigue reducir el riesgo a recibir sanciones por no cumplir regulaciones ambientales.

La aplicación de este conjunto de prácticas dentro de las organizaciones del transporte en la ciudad de Arequipa contribuirá y eventualmente logrará reducir los gastos y mejorar el manejo de los costos de operación, logrando la anhelada competitividad empresarial.

3. Resultados

En primer lugar, se procedió a realizar el análisis de la confiabilidad y fiabilidad de las variables mediante el descarte de preguntas que evaluaran duplicidad si se extrae alguno de los datos. Luego se verificó el resultado de las preguntas planteadas alcanzando un nivel alto de valuación con 0,995 por ser un cuestionario ya validado para otras investigaciones correspondiente un nivel alto de confiabilidad; posteriormente, se evaluaron las otras dimensiones, de manera que la dimensión social de responsabilidad social alcanzó un Alpha de Cronbach de 0,981 correspondiendo un nivel alto de confiabilidad, la dimensión económica obtuvo un Alpha de 0,985 y la dimensión medioambiental obtuvo un Alpha de 0,97, según se observa en la Tabla 2.

Tabla 2.

Resumen del Alpha de Cronbach

Variable	Dimensión	Alpha
----------	-----------	-------

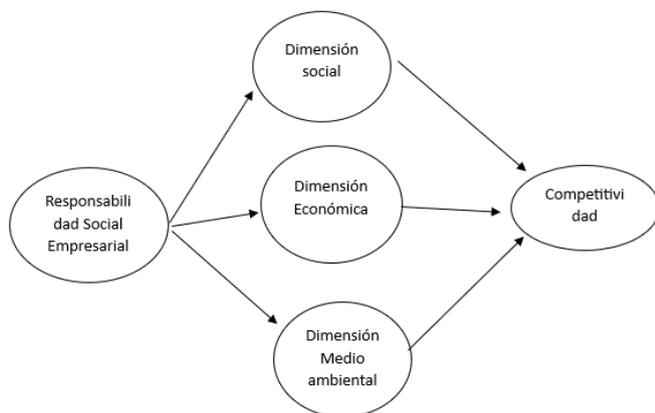
	Dimensión social	0,981
Responsabilidad social	Dimensión económica	0,985
Empresarial	Dimensión medioambiental	0,97
Competitividad	Competitividad	0,984
Total		0,995

Fuente: Elaboración propia (2024).

Para la agrupación de datos, se utilizó el *software*, hallándose la media en cada una de las variables, procediéndose con esos datos a encontrar la correlación con cada una de las dimensiones; así, la variable de responsabilidad social empresarial aplicó tres dimensiones: la dimensión social, la económica y la medioambiental, que armaron un constructo con la competitividad.

Figura 2.

Constructo de variables



Fuente: Gallardo-Vázquez *et al.*, 2013.

Para el análisis estadístico se realizó la prueba de normalidad y mediante el análisis de Kolmogorov Smirnov se determinó que los datos son no paramétricos donde el valor de significancia es menor a 0,05; por lo tanto, para el análisis de hipótesis se utilizó el Rho de Spearman según se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3.

Correlación de variables

			Competitividad	Responsabilidad
Rho. S	Competitividad	Coefficiente de correlación	1,000	,960
		Sig. (Bilateral)		0,000

		N	260	260
Rho. S	Competitividad	Coeficiente de correlación	0,960	1,000
		Sig. (Bilateral)	0,000	
		N	260	260

Fuente: Elaboración propia (2024).

Podemos observar en la Tabla 3 que el coeficiente de correlación de Spearman muestra una correlación muy fuerte y positiva (0,960) entre las variables competitividad y responsabilidad social empresarial, lo que nos indica que, a medida que la variable va aumentando paulatinamente, la otra variable toma la tendencia a también ir aumentando de manera significativa. Además, el valor de significancia o llamado de p valor es de 0,001, lo que indica que es menor a 0,05, visualizando que la correlación es altamente significativa estadísticamente, con poca probabilidad de que se haya elegido al azar siendo los datos confiables. Por lo tanto, se acepta la hipótesis del investigador, rechazando la hipótesis nula, encontrando posteriormente la relación de las dimensiones que evalúan este criterio.

Tabla 4.

Correlación de variables

			Ds	De	Da	Compet.
Rho. S	Ds	Coeficiente de correlación	1	,895**	,909**	,891**
		Sig. (bilateral)		0	0	0
		N	260	260	260	260
Rho. S	De	Coeficiente de correlación	,895**	1	,958**	,973**
		Sig. (bilateral)	0		0	0
		N	260	260	260	260
Rho. S	Da	Coeficiente de correlación	,909**	,958**	1	,945**
		Sig. (bilateral)	0		0	0
		N	260	260	260	260
Rho. S	Compet	Coeficiente de correlación	,891**	,973**	,945**	1

Sig. (bilateral)	0		0	0
N	260	260	260	260

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

Fuente: Elaboración propia (2024).

Para el análisis de correlación, y como prueba de las hipótesis secundarias, se observa que las dimensiones sociales de responsabilidad social empresarial con la competitividad tienen una correlación alta con un Rho de Spearman de 0,891 con un nivel de significancia de 0,01 menor al 0,5%. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de partida, rechazándose la hipótesis nula.

La dimensión económica tiene un Rho de Spearman de 0,973, lo que demuestra una correlación con la competitividad de nivel alto. Por otra parte, la dimensión medioambiental alcanzó un Rho de Spearman de 0,945, con un nivel de significancia de 0,01, menor al 5%. Seguidamente se hizo el análisis de regresión lineal comprobando el valor de R, que es significativo, y el cuadro del Anova indica que el coeficiente es válido con los valores de beta.

Tabla 5.

Regresión lineal

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,963 ^a	0,928	0,927	0,30351

a. Predictores: (Constante), RESPONSABIL

Fuente: Elaboración propia (2024).

La tabla de regresión lineal nos demuestra que hay una correlación fuerte entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad, donde las variables del modelo indican que hay una fuerte dirección entre ellas. El modelo planteado nos sugiere que la responsabilidad social empresarial es un fuerte predictor de la competitividad; es decir, si el sistema integrado de transporte se enfoca en mejorar sus niveles de responsabilidad social empresarial, entonces también mejorará sus niveles de competitividad con una alta precisión y una fuerte capacidad explicativa.

Tabla 6.

Anova

ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	304,68	1	304,68	3307,466	,000 ^b
Residuo	23,767	258	0,092		

Total	328,446	259
-------	---------	-----

a. Variable dependiente: COMPETITI

b. Predictores: (Constante), RESPONSABIL

Fuente: Elaboración propia (2024).

El análisis ANOVA nos demuestra que el modelo de regresión que utiliza la responsabilidad social empresarial para predecir la competitividad es altamente significativo donde el valor F es alto y el p-valor < 0,001. Con ello se respalda la idea de que la responsabilidad social empresarial tiene un impacto significativo en la competitividad siendo así un factor de mucha importancia.

4. Discusión

En la ciudad de Arequipa, y con la globalización plenamente instalada en el mundo actual, la importancia que representa la responsabilidad social empresarial ha ido en constante aumento, hecho que ha redundado en la mejora de la economía en las organizaciones, exhibiendo muchas de estas un buen desarrollo, se trate de empresas públicas o de empresas privadas. Diversas investigaciones han demostrado cómo las organizaciones cada vez ponen mayor énfasis en actividades responsables para la sociedad, implementando acciones que ayuden a mejorar el medio ambiente, que permitan alcanzar mejores niveles económicos, que encaminen a la organización hacia cambios empresariales positivos (Gallardo-Vázquez *et al.* 2013).

Se encontraron investigaciones donde las correlaciones de los estudios a nivel empresarial demuestran que existen actividades orientadas a demostrar que hay una relación muy cercana entre el manejo social de una población y los beneficios que se puedan conseguir de ello, así como la responsabilidad que se tiene con el medio ambiente. Carroll (2016) lo corrobora cuando afirmaba que hay razones que confirman la relación existente entre estas dimensiones y, por otro lado, los beneficios que se pueden obtener como ventaja competitiva en las organizaciones (Carroll, 2016).

Para el análisis de los resultados, que parten desde de la hipótesis general hasta las hipótesis secundarias, esta investigación plantea que la responsabilidad social empresarial se relaciona directa y significativamente con la competitividad y, como objetivo para plantear esta hipótesis, está el determinar la relación existente entre estas dos variables de estudio. El Rho de Spearman arrojó una correlación de 0,960 con un nivel de significancia de 0,01 que alcanza los niveles estadísticos exigidos. Con estos resultados se puede demostrar que la tendencia actual de las organizaciones está claramente enmarcada en el manejo empresarial y como este mantiene su triada con empresa, sociedad y gobierno, que es la tendencia de hoy en día sobre la responsabilidad social empresarial dentro de la sociedad, alcanzando niveles de competitividad resultantes dentro del sector transporte, sector trascendente en el desempeño de la economía del país (Capela Borralho *et al.*, 2020).

En las hipótesis secundarias encontramos la primera que establece que es posible que exista una relación de las dimensiones económicas con la competitividad, la cual arrojó un resultado altamente correlacionado de 0,973, alcanzando los objetivos de la investigación, los cuales están centrados en determinar la relación que existe entre la dimensión de la economía y la competitividad; se puede decir que el sistema integrado de transporte, por ser un eje muy importante en la economía del país, desempeña un nivel correlacional con la competitividad,

demostrando la dualidad de responder por la generación de puestos de trabajo en su entorno y mantener tanto el nivel social como el competitivo unidos, dentro de las estrategias a nivel empresarial.

En la tercera hipótesis donde se plantea que existe una relación directa significativa de la dimensión del medio ambiente con la competitividad, el nivel correlacional encontrado demuestra que, a pesar de que los medios de transporte en general contaminan el ambiente, estos se vienen preocupando para que las empresas sean responsables ante una sociedad que desea alcanzar mejores niveles de vida. Es así que el objetivo planteado para esta hipótesis es determinar la relación que hay entre la dimensión del medioambiente con la competitividad, cumpliendo este objetivo con los niveles de regresión encontrados. Hoy, las organizaciones, especialmente las ubicadas dentro del sector transporte, están encaminadas a ser socialmente responsables, considerando que la responsabilidad social no solo se expresa hacia lo externo de la organización sino también hacia su interior; por ello, estas organizaciones y otras, tanto productivas como de servicios, buscan mejorar de manera general, para alcanzar mejores niveles de satisfacción personal y de calidad de vida.

Las diversas apreciaciones sobre competitividad que se encontró en la literatura pertinente ayudan a comprender cómo las organizaciones tienen diferentes enfoques a la hora de enfrentar sus propias realidades; es el entorno particular el que hace la diferencia para que una organización sea más competitiva que la otra, encontrando no solo responsabilidad de la organización sino de otros agentes como es el gobierno principalmente, que en variados aspectos debe legislar para que las organizaciones tengan un entorno jurídico apropiado que les permita incrementar su competitividad. Una adecuada legalización ayuda a las organizaciones a alcanzar un mejor desempeño en el mercado, así como para ser más productivas; por lo tanto, lo que se quería demostrar es que el sistema integrado de transporte, siendo una actividad conflictiva y que aglutina a un buen sector de la población, busca mejorar sus niveles competitivos, a la vez que ofrece su aporte de responsabilidad ante una sociedad. Porter (1990) agrega en su análisis empresarial que toda organización debe generar esas fuerzas para tener mejor ventaja competitiva en el mercado.

Finalmente, para terminar con el análisis, la regresión encontrada demuestra la linealidad que tienen estas dos variables demostrando que la causalidad del manejo socialmente responsable mejoraría los niveles competitivos del sector transporte.

5. Conclusiones

Podemos concluir en esta investigación que existe una relación alta entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en las empresas de transporte, mejorando con ello la integración de las acciones más importantes que dan paso a los márgenes económicos, ambientales y sociales, donde la población inmersa en la problemática necesita valorar a las organizaciones y estas, a su vez, medir su competitividad generando mayor productividad. La relación que se encontró entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad plantea tener un conocimiento de la realidad del sector transporte, así como información de fuentes primarias vinculando estas dos variables de estudio de tal forma que el transporte sea accesible para todos los segmentos de la población, incluidas personas con discapacidades y comunidades de bajos ingresos, siendo un aspecto esencial de la Responsabilidad Social Empresarial.

La integración de los elementos de responsabilidad social empresarial como son las dimensiones económicas, sociales y medioambientales permite dar solución a nivel de ventajas competitivas en las organizaciones de transporte urbano en la ciudad de Arequipa, llamado

Sistema Integrado de Transporte, el cual puede ser una fuente importante de empleo directo e indirecto, contribuyendo al desarrollo económico local.

En el contexto del sector transporte, las dimensiones sociales se relacionan ampliamente con la competitividad. En esta investigación se encontraron altos niveles de relación; con ello este sector mejoraría sus ganancias dando a sus clientes mejor trato generando ventajas competitivas; por otra parte, con las prácticas de responsabilidad social que realizarían lograrían diferenciarse de los otros grupos de organizaciones, porque la población busca que las empresas en general estén alineadas a los valores éticos, hecho que tiene el beneficio adicional de fidelizar a los clientes.

Al interior de la organización, las actividades de responsabilidad social tendrán como resultado un trabajo colaborativo, donde los operadores estarán más comprometidos con la organización, alcanzando niveles de motivación que la lleven a desenvolverse en un ambiente de bienestar laboral y mejor nivel de vida.

Para alcanzar mejoras en la organización, el desarrollo integral de los trabajadores es importante, porque permitirá alcanzar niveles de calidad y de competitividad empresarial, la comunidad se beneficiará dando solución a conflictos con este sector; entonces las dimensiones sociales no solo ayudan a las organizaciones a mejorar su problemática sino también ayudan a la empresa a ser más competitiva e innovadora para enfrentar su problemática a largo plazo.

Las dimensiones económicas de la responsabilidad social empresarial se relacionan directamente con la competitividad de las empresas de transporte encontrando que, al implementar cambios, mejorarían las acciones y los costos. El uso de la energía, los desechos y el reciclaje son una de las actividades que ayudarían a estas organizaciones a reducir los costos. Los riesgos son importantes con el cumplimiento de las normas, las ventas mejorarían ampliando los mercados llevando a las organizaciones a ser más innovadoras, creando una ventaja competitiva. Algunos autores manifiestan que, integrando en la empresa la responsabilidad social a largo plazo, la organización alcanzaría equilibrio económico, mejorando su posicionamiento de problemas futuros, aumentando el ingreso y creando innovación para ser más competitiva.

Las dimensiones medioambientales llevan a estas organizaciones del transporte a reducir sus costos y aumentar sus ingresos; la inevitable inversión en tecnología para mejorar los vehículos, minimizando consumo de energía, ayudará a las organizaciones a reducir sus gastos y, como la sociedad está buscando servicios que respeten al medio ambiente, se atraerá a nuevos consumidores, logrando, con este círculo virtuoso, aumentar la competitividad empresarial, pudiendo crear nuevos servicios que sean acordes a nuevas necesidades de sostenibilidad.

El rol que le corresponde a la responsabilidad social dentro de una sociedad no solo es una contribución a la misma, sino que también permite mejorar los niveles de competitividad, mediante las relaciones y mejoras de los factores sociales, ambientales y económicos. Estas prácticas permiten a las organizaciones del sector transporte lograr ventaja competitiva frente a demandas de mercado futuras.

6. Referencias

Alda, M. (2018). The abilities of managers in UK pension funds. Are socially responsible managers superior? *Cuadernos de Gestion*, 18(1), 15-36. <https://bit.ly/3AEH0IH>

- Benítez, M. (2012). Evolución del concepto de competitividad. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 3(8), 75–82. <https://bit.ly/3yXkOmf>
- Briones Kusactay, V. H., Vilema Escudero, S. F. y Mendoza Avilés, H. E. (2019). La Responsabilidad Social de las productoras y exportadoras de mango en el cantón Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 11(1), 157-161. <https://bit.ly/3Xjruof>
- Capela Borralho, J. M., Gallardo-Vázquez, D., Hernández-Linares, R., y De Sousa Paiva, I. C. (2020). The effect of corporate governance factors on the quality of financial reporting in family and non-family firms. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 23(2), 167–179. <https://doi.org/10.6018/rcsar.358451>
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental, Quality Management*, 6, 37-51. <https://n9.cl/fu8if>
- Galbreath, J., y Shum, P. (2012). Do customer satisfaction and reputation mediate the CSR-FP link? Evidence from Australia. *Australian Journal of Management*, 37(2), 211–229. <https://doi.org/10.1177/0312896211432941>
- Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M. I., y Corchuelo-Martínez-Azúa, M. B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad*, 16(1), 11–23. [https://doi.org/10.1016/s1138-4891\(13\)70002-5](https://doi.org/10.1016/s1138-4891(13)70002-5)
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. E., y Castuera-Díaz, Á. M. (2019). Corporate Social Responsibility as an antecedent of innovation, reputation, performance, and competitive success: A multiple mediation analysis. *Sustainability*, 11(20). <https://doi.org/10.3390/su11205614>
- Jiménez Devoz, M. A., Urango, Toro, L. M., y Herrera García, K. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. *Brujula Digital*, 1(1), 1–14. <https://n9.cl/esbul>
- Lombana, J. y Rozas Gutiérrez, S. (2006). Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & Gestión*, (26), 1-38. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64612291002.pdf>
- Lv, L., Fan, L., Meng, B., Abedin, M. Z., y Feng, H. (2023). A Combined Evaluation Method of Corporate Social Responsibility Based on the Difference and Similarity: A Case Study of Transportation Industry in China. *Sustainability*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15065561>
- Monge Castro, E. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Revista de Ciencias Económicas*, 28(1), 247–276. <https://doi.org/10.15517/rce.v28i1.7073%0A>
- Porter, M. (1990). Book Review: The Competitive Advantage of Nations. *Journal of Management*, 17(1), 213–215. <https://doi.org/10.1177/014920639101700113>

- Richkarday, O. D. B. y Martínez de Santiago, R. (1992). *Incremento de competitividad en el transporte de carga: acciones emprendidas por transportistas a nivel mundial*. Instituto Mexicano del Transporte. <https://bit.ly/3Z3RANh>
- Romero-Suárez, D., Pertuz, V., y Orozco-Acosta, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria. *Informacion Tecnologica*, 21(5), 21-32. <https://bit.ly/3T8sitL>
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., y Saeidi, S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341-350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024>
- Schwab, K. (2019). *The Global Competitiveness Report*. World Economic Forum. <https://n9.cl/q6b1>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Neira-Ponce, Elsa Emma; **Software:** Neira-Ponce, Elsa Emma; **Validación:** Tantalean-Vásquez, Francisco Javier; **Análisis formal:** Corrales-Peralta, Freddy Leonidas; **Curación de datos:** Neira-Ponce, Elsa Emma; **Redacción-Preparación del borrador original:** Corrales-Peralta, Freddy Leonidas; **Redacción-Revisión y Edición:** Tantalean-Vásquez, Francisco Javier; **Visualización:** Tantalean-Vásquez, Francisco Javier; **Supervisión:** Neira-Ponce, Elsa Emma; **Administración de proyectos:** Neira-Ponce, Elsa Emma; **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Neira-Ponce, Elsa Emma; Corrales-Peralta, Freddy Leonidas; Tantalean-Vásquez, Francisco Javier.

Financiación: Esta investigación no tuvo financiamiento externo.

Agradecimientos: El presente trabajo de investigación se realizó con la validación del modelo de la Dra. Gallardo y los integrantes del sistema integrado de transportes de la ciudad de Arequipa.

Conflicto de intereses: No existe conflicto de intereses

AUTOR/ES:**Elsa Emma Neira-Ponce**

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

Dra. en Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Maestría en Contabilidad y Administración con mención en Finanzas y Negocios, Licenciatura en Administración y Educación con mención en Lengua, Literatura y Filosofía, diplomada en Gestión Pública en convenio con la universidad Austral de Argentina y la Universidad San Pablo, segunda especialidad en Gerencia y Gobernabilidad, estudios de estadística como segunda especialidad, investigaciones de nivel social, responsabilidad social empresarial, innovaciones sociales, capital intelectual, actividades realizadas a nivel de gestión: Directora de escuela de Banca y Seguros en la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa, Directora de la Segunda especialidad de Administración, Facultad de Administración, actual Directora de la Unidad de Post Grado de la Facultad de Administración.

eneirap@unsa.edu.pe

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8248-0842>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57973501200>

Freddy Leonidas Corrales-Peralta

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

Contador Público Colegiado, maestría en ciencias contables y financieras con mención en Finanzas y Administración de Negocios, docente universitario en la Universidad Católica de Santa María, docente universitario en la Universidad San Pablo, actual docente en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, estudios de segunda especialidad en costos y presupuestos; conocimiento del manejo financiero empresarial con amplia experiencia en la gestión minera, trabajos realizados en los asientos mineros de Orcopampa, Shila y Paula, conocimiento del idioma inglés e italiano.

fcorralesp@unsa.edu.pe

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-0381-3034>

Francisco Javier Tantalean-Vásquez

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

Magister en Ciencias: Administración, Doctor en Administración (DBA), con estudios de Diplomado en Gestión Recursos Humanos, Gestión Empresarial y Responsabilidad Social. Cuenta con más de 16 años de experiencia laboral como docente universitario en el área de las Ciencias Administrativas y más de 25 años de experiencia laboral en el sector privado en las áreas vinculadas al sistema financiero, diseño y ejecución de proyectos de Responsabilidad Social Empresarial, Coordinador General de Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Gestión, Integrante de la Comisión de Investigación y Desarrollo de las MIPYMES de la Organización Latinoamericana de Administración (OLA) y actual Decano del Colegio Regional de Licenciados en Administración de Arequipa – CORLAD AREQUIPA.

ftantalean@unsa.edu.pe

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-8708-8118>