UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo, 2024

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

Mirtha Cecilia Paz Segura

ASESOR

Alex Humberto Vasquez Santisteban

https://orcid.org/0000-0002-0068-978X

Chiclayo, 2025

Comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo, 2024

PRESENTADA POR

Mirtha Cecilia Paz Segura

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Rafael Camilo Giron Cordova
PRESIDENTE

Luis Alberto Ubillus Ubillus
SECRETARIO

Alex Humberto Vasquez Santisteban
VOCAL

Dedicatoria

A Dios, por ser mi fuerza y haberme permitido terminar con satisfacción mi carrera profesional.

Agradecimientos

A mis docentes por las enseñanzas compartidas y a mi familia por el gran apoyo incondicional.

Comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%	17%	5%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
3	www.scielo.org.mx Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad EAN Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
8	revistas.uv.cl Fuente de Internet	1%
9	luz.uho.edu.cu Fuente de Internet	

Índice

Resumen **6**

Abstract **7**

Introducción **8**

Revisión de literatura **10**

Materiales y métodos **14**

Resultados y discusión **15**

Conclusiones **21**

Recomendaciones **22**

Referencias **23**

Anexos **26**

Resumen

El comportamiento sostenible empresarial se ha convertido en un factor crucial para asegurar la continuidad y éxito de las organizaciones a largo plazo, esto implica la integración de prácticas que contribuyan al bienestar social, ambiental y económico de las empresas y sus grupos de interés. El objetivo del estudio fue determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo, 2024. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo básico y nivel descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal. Se trabajó con una población censal de 110 colaboradores de cuatro puntos de venta del supermercado, aplicando un cuestionario con escala Likert. Los resultados más relevantes evidenciaron que el comportamiento sostenible empresarial se encuentra predominantemente en un nivel medio. En la dimensión ambiental, predominó el nivel alto reflejando un sólido compromiso con prácticas ambientalmente sostenibles. La dimensión social mostró un nivel medio indicando un compromiso moderado con las prácticas socialmente responsables. En el aspecto económico, prevaleció el nivel alto demostrando una efectiva integración de estrategias económicas sostenibles en la organización.

Palabras clave: Comportamiento sostenible, gestión ambiental, responsabilidad empresarial.

Abstract

Sustainable business behavior has become a crucial factor to ensure the continuity and success of organizations in the long term, which implies the integration of practices that contribute to the social, environmental and economic well-being of companies and their stakeholders. The objective of the study was to determine the level of sustainable business behavior in the collaborators of a supermarket in Chiclayo, 2024. The research used a quantitative, basic and descriptive approach, with a non-experimental cross-sectional design. We worked with a census population of 110 collaborators from four points of sale of the supermarket, applying a Likert scale questionnaire. The most relevant results showed that corporate sustainable behavior is predominantly at a medium level. In the environmental dimension, the high level was predominant, reflecting a strong commitment to environmentally sustainable practices. The social dimension showed a medium level indicating a moderate commitment to socially responsible practices. In the economic dimension, the high level prevailed, demonstrating an effective integration of sustainable economic strategies in the organization.

Keywords: Sustainable behavior, environmental management, corporate responsibility.

Introducción

El desarrollo sostenible asegura la continuidad a largo plazo de las operaciones de las organizaciones, lo que les permite ser sostenibles a lo largo del tiempo, con el propósito de contribuir a la sociedad y generar ingresos (Miranda et al.,2022). Por tanto, la gestión empresarial adquiere relevancia al integrar herramientas destinadas a garantizar la sostenibilidad a lo largo del tiempo para las organizaciones. Esto permite a los clientes conocer de manera integral los planes que la organización lleva a cabo y cómo contribuye al bienestar de la sociedad (ONU, 2021).

En el ámbito Internacional, las organizaciones empresariales de Pakistán se encuentran en una problemática nacional debido a las condiciones climáticas ambientales cambiantes, donde las Mypes y grandes empresas vienen ignorando el impacto ambiental y económico que genera las actividades en el rubro que se desempeñan (Ahmada et al., 2021). También, en México, el 98% de los empresarios consideran crítica la sostenibilidad debido a los comportamientos internos y externos de corrupción y ética profesional que debe mejorarse dentro de las empresas (Orozco, 2020). Asimismo, en Sudamérica, países como Venezuela, Chile y Argentina, las empresas presentan niveles altos de utilización de energías, cuya emisión de CO2 corresponde en niveles per cápita en 4.99, 4.69 y 4.62 de toneladas respectivamente, siendo el principal recurso que las empresas buscan alcanzar eficiencia que contribuya a la sociedad y también en ahorrar dinero para la compañía (Cruz et al., 2020). De igual forma, en Ecuador el 75% de las organizaciones no posee políticas sostenibles orientado hacia contribuir a la mejora de los problemas ambientales, el 57.51% a la mejora de los servicios brindados, los cuales sólo vienen ejerciendo actividades de manera empírica y no logran interiorizar la importancia de implementar estrategias frente a la sostenibilidad empresarial (España-Merchán,2023).

En el Perú, el 85% de las grandes empresas que presentan mayor facturación vienen generando reportes de sostenibilidad, debido a las exigencias y auditorias por los lineamientos de los Objetivos Mundiales de Sostenibilidad que son requisitos para ampliar actividades en otros países que buscan ser sostenibles. Por otro lado, en las micro y pequeñas empresas, todas están familiarizadas con el concepto de comportamiento sostenible, pero únicamente el 15% reconoce su importancia para la organización y solo el 5% lo pone en práctica. Por consiguiente, se logra evidenciar un vacío de conocimiento para la aplicación del comportamiento sostenible idóneo orientado en las Mypes, debido a que se viene considerando que por el tamaño de la organización se eximen en buscar sostenibilidades responsables económica y medioambiental,

reflejando que las organizaciones y en su mayoría Mypes, indican que al ser empresas de menor impacto no contribuyen en el comportamiento sostenible, siendo una respuesta errónea, puesto que todas las organizaciones se encuentran en el compromiso de fomentar estrategias en los ámbitos sociales, ambientales y económicos en busca de generar conciencia y fidelidad con el cliente (Ruíz, 2023).

En este sentido, en un supermercado ubicado en la ciudad de Chiclayo, se evidencia que existe una deficiente gestión del comportamiento sostenible empresarial por parte de la organización, puesto que, se viene generando excesivo consumo de energía en los puntos retail que tiene la empresa durante las jornadas de trabajo, siendo en su mayoría las áreas administrativas. También, en la organización se evidencia la falta de clasificación de los desechos para su posterior reciclaje, lo cual genera un gasto innecesario al momento de trasladar y desechar los residuos al final del día. Asimismo, se logra evidenciar que dentro de los procesos de atención en la actualidad brindan bolsas de material plástico, lo cual genera contaminación en la ciudad y en los consumidores se percibe rechazo al momento de adquirir sus productos por motivo que la conciencia ambiental viene generando valor en la sociedad.

Dado que, la conciencia ambiental viene en aumento y corresponde a una tendencia de cultura mundial por el cuidado del ecosistema y el territorio donde se ubica el supermercado y por todo lo antes mencionado, surge la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el nivel del Comportamiento Sostenible Empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo, 2024? De la misma forma, el objetivo general es, determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo. Así como también, los objetivos específicos determinaran el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto ambiental, social y económico en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo 2024.

Asimismo, la importancia del aporte de la investigación en el entorno local busca comprender los principales factores que influyen en el comportamiento sostenible empresarial, específicamente en supermercados quienes realizan actividades masivas en la comercialización de productos. En consecuencia, la relevancia del presente trabajo de investigación, podrá beneficiar directamente a los supermercados locales con conocimiento de los pilares sostenibles que engloba las buenas prácticas de comportamiento empresarial, con la finalidad de contribuir en generar valor sobre la relevancia del comportamiento sostenible y el efecto adverso sobre el entorno natural y la comunidad provocados por las operaciones comerciales en la ciudad de Chiclayo.

Revisión de literatura

A nivel internacional, se determinó el comportamiento sostenible en Pymes mediante un enfoque de ética social y empresarial con una muestra de 300 colaboradores chinos, enfocado en el modelo de ética profesional de Pymes, resultando que el comportamiento sostenible presenta un efecto mediador positivo en el factor económico de la empresa, debido que las actividades orientadas al cuidado social originan sensibilización en los consumidores y mayor afinidad con la organización (Huang et al.,2022). También, se analizó la gestión estratégica sostenible adoptada por la Mypes encontrando que los factores sociales y económicos presentan niveles de correlación moderados, de esta manera, lo antes mencionado resalta que las acciones que realizan enfocadas al comportamiento presentan impactos en el ahorro de los costos que tiene la organización (Cabiço et al.,2022). La investigación reveló que las pymes de Guanacaste llevan a cabo pocas iniciativas de responsabilidad social empresarial que contribuyan al desarrollo sostenible en sus tres dimensiones, con el objetivo de sensibilizarlas sobre la importancia de la sostenibilidad y dotarlas de las competencias necesarias para poner en práctica acciones efectivas. Por lo tanto, los resultados evidencian una carencia de conocimientos y herramientas en este ámbito, lo cual justifica la implementación de programas de capacitación y orientación específicos para las pymes (Campos-Campos & Bermudez-Carrillo, 2020).

Asimismo, se estudió el impacto del comportamiento sostenible empresarial en organizaciones, demostrando que aplicar políticas de comportamiento sostenible empresarial mejora la visión hacia la opinión pública. De igual manera, se fomenta que los consumidores asistan al establecimiento por las buenas prácticas que implementan, esto es debido al rol fundamental que cumple los consumidores en exigir buenas prácticas de producción, empaquetados y cadena de valor que contribuyan al bienestar social y ambiental (Bagratuni et al., 2023). En el mismo escenario, se investigó el rol que cumple el comportamiento sostenible empresarial donde se resalta que la innovación sostenible presenta una influencia directa con el control sostenible en la organización, lo cual se logra determinar que corresponde a correlación positiva directa de ambas dimensiones en el estudio (Al-Baghdadi et al., 2021). Sin embargo, en Pakistán, se investigó la correlación entre el comportamiento sostenible empresarial y el rendimiento ambiental donde se logró evidenciar que la responsabilidad social generaba influencia directamente con el impacto ambiental, siendo el género femenino, el que presentaba mayor predisposición en adoptar prácticas pro ambientales en la organización, lo cual demuestra que para reducir la huella ambiental las organizaciones están contratando líderes mujeres para la toma de decisiones (Ahmada et al., 2021).

Por otro lado, se estudió el impacto de la educación sostenible del consumidor en el comportamiento sostenible empresarial, los resultados muestran que los consumidores valoran muchas actividades como ahorro de energía, recolección de residuos, evitar envases nocivos y donaciones a causa sociales. Por tanto, las dimensiones de comportamiento sostenible para la empresa como la protección ambiental muestran influir en el comportamiento sostenible (Badea et al.,2020). En otro estudio, se tuvo como objetivo conocer la importancia del marketing verde en el comportamiento sostenible ambiental, donde se logra conocer, que gran parte de los encuestados indicaron que la organización presenta compromiso con el cuidado y conservación del medio ambiente, asimismo, la mayoría de los colaboradores mencionan que presentan un comportamiento sostenible y un grupo importante que no conocen los términos de comportarse sosteniblemente (Pedreschi & Nieto,2022). También, se analizaron la gestión del comportamiento social sostenible y la RSE en empresas agronegocio, los resultados muestran que el comportamiento sostenible y la responsabilidad social presenta relación, lo cual define que las actividades enfocadas al cuidado del ambiente que realiza la organización se relacionan directamente con el comportamiento sostenible que los colaboradores deben adoptar como cultura en la organización (Rojas,2021).

En Sudamérica, se analizó el comportamiento sostenible de las microempresas y su impacto en los consumidores, donde se muestra que el valor percibido y el factor económico presentan un efecto positivo con el comportamiento sostenible, lo mencionado resalta la percepción que tiene los consumidores sobre el valor agregado que puede ofrecer la empresa si adopta practicas sociales de alto impacto. Asimismo, el aplicar estrategias sociales y de eficiencias al medio ambiente genera un impacto en el ahorro de la empresa, debido a que todas las acciones se pueden cuantificar y convertir en soles para beneficios y optimización de costos de la empresa (Sánchez,2020). De la misma forma, se verificó la importancia del conocimiento sostenible empresarial orientado al sector de publicidad verificando que estas organizaciones, presenta niveles mínimos de comportamiento sostenible, puesto que el 25% de las empresas ejecutan proyectos que contribuyan en aspectos sociales y ambientales de la comunidad. Además, el 43% de las compañías solo llevan a cabo actividades relacionadas con la conservación del medio ambiente, mientras que el 52% de la muestra de estudio resalta la importancia de mantener una cultura adoptada de comportamiento sostenible en toda la organización (Carmona,2020). Por otro lado, se analizó el desarrollo sostenible y su comportamiento en empresas Pymes y se logró verificar que las prácticas de sostenibilidad tienen una relación significativa con la percepción de la imagen corporativa y el bienestar que

la empresa puede transmitir a la comunidad mediante actividades sociales de concientización y utilización de comunicación masiva, la preocupación por la comunidad (López,2021).

Asimismo, Fernández y Jambrina (2021), buscaron analizar la relación entre el gobierno y la sostenibilidad corporativos, enfatizando el rol de la innovación tecnológica como mecanismo para establecer un entorno más justo y equitativo, promoviendo la transparencia y combatiendo la corrupción en el marco de los ODS. Los resultados más significativos evidenciaron una correlación positiva entre los niveles de innovación y los índices de transparencia y se demostró que el gobierno corporativo y la sostenibilidad empresarial están estrechamente vinculados, especialmente cuando se implementan tecnologías como la automatización. Por consiguiente, se evidencia que el desarrollo sostenible no puede ser comprendido como una práctica voluntaria, sino como una obligación con sustento en principios internacionales y en la Constitución Política del Perú, fundamentado en el régimen de economía social de mercado que exige modular las actividades económicas con la preservación ambiental y aspectos socioculturales para las generaciones futuras (Ruiz, 2023). Por otra parte, se analizó la sostenibilidad dentro del contexto ambiental de los empleados en compañías pequeñas y medianas. En consecuencia, los resultados señalan que los valores y compromiso por parte de los colaboradores se relacionan de manera significativa con el comportamiento sostenible, lo cual establece que los líderes de equipos deben dirigir las funciones con relación a un comportamiento ambiental, social y económico de los colaboradores hacia la empresa (Arámbula, 2020).

Así también, García (2023), plantea un modelo conceptual que vincula el clima organizacional proambiental con el atractivo de la marca empleadora y las conductas sostenibles en el trabajo. La investigación puso en evidencia que un ambiente laboral orientado hacia prácticas ambientalmente responsables influye positivamente en las conductas ecológicas de los colaboradores dentro de la empresa. Esto sugiere que cuando las organizaciones implementan iniciativas sostenibles y promueven una cultura organizacional enfocada en el cuidado ambiental, no solo benefician al ecosistema, sino que también enriquecen diversos elementos de la vida laboral de su personal. En consecuencia, resulta importante que las empresas valoren y prioricen el desarrollo de un entorno laboral ambientalmente consciente, dedicando esfuerzos concretos para impulsar la sostenibilidad en sus operaciones diarias.

En relación con las bases teóricas, el comportamiento sostenible es definido como el alcance del equilibrio que promueva la sostenibilidad, teniendo en cuenta tanto los beneficios sociales y ambientales derivados de las actividades empresariales como la búsqueda continua de un progreso económico (Rodríguez et al.,2022). Asimismo, en el contexto empresarial está

compuesto por la misión, visión y análisis de la situación para formular estrategias. Por tanto, el medio ambiente representa un recurso natural que conecta a la organización con la sociedad, reconociéndolo como el espacio donde se encuentran todos los recursos indispensables para la operatividad de la compañía (De la Rosa,2021). Por tanto, el comportamiento sostenible es una premisa fundamental para la excelencia, donde la estrategia se debe alinear en la transformación de modelos de consumo y producción sostenible dirigido hacia la protección del medio ambiente con equidad y justicia social (Reyes,2021).

En tal sentido, el desarrollo empresarial representa un pilar importante para el alcance de la sostenibilidad, donde se constituye un poder en la economía de los países. Por ende, se define el comportamiento sostenible empresarial como la búsqueda de un equilibrio entre el rendimiento financiero de la empresa en relación con las demandas sociales y ambientales de la sociedad (Pérez & Acurero,2020). Por ello, las empresas buscan estrategias de sostenibilidad que deben ser priorizadas según el sector de la actividad comercial. para ser convertidos en logros y aportes hacia un comportamiento sostenible ambiental, social y económico, generando un efecto directo en la reputación y beneficio tangible, continuada por la confianza de los empleados, clientes y proveedores que es lo fundamental, según la (ONU,2021).

En cuanto al modelo teórico corresponde a Rodríguez & Sánchez (2022), quien propone dirigir las acciones en el equilibrio de la demanda sostenible, tomando en consideración las siguientes dimensiones:

La primera dimensión corresponde a los aspectos ambientales, por lo cual, la gestión ambiental es conservar recursos naturales y generar atributos a la conservación del desarrollo ecológico, mediante estrategias que se enfoquen en brindar calidad de vida previniendo afectaciones ambientales (Vidal & Asuaga,2021). Por ello, el comportamiento ambiental se centra en cuidar el impacto que puede realizar la organización sobre la conservación del medio ambiente y los recursos naturales que fomenten una cultura sostenible en todas las áreas (Rodriguez,2022). Con respecto a la segunda dimensión se refiere al ámbito social, donde se enfatiza aspectos como el bienestar, la enseñanza, la equidad, la vivienda y la protección (Carro et al.,2020). A tono con lo anterior, los objetivos de la gestión social están relacionados con el logro del desarrollo eco social regional y la utilización completa de los recursos naturales, garantizando su optimización y gestión adecuación; emisión de contaminantes a la atmósfera; drenaje, suelo y nivel de ruido; consumo responsable (Vidal & Asuaga,2021). Finalmente, el componente económico global se refiere a un conjunto de indicadores que muestran cómo una empresa utiliza eficientemente sus activos para generar ingresos que superen los costos operativos. Estos costos abarcan pagos de intereses de la deuda, costos relacionados con el

medio ambiente, inversiones en el desarrollo del personal, pagos a los accionistas, entre otros aspectos. Esta faceta se analiza mediante la rentabilidad económica y financiera, así como la utilización de recursos financieros externos. (Pérez et al.,2021). Por ende, el propósito fundamental de cualquier estrategia de desarrollo sostenible es alcanzar el crecimiento económico mientras se preserva y mejora, en lugar de agotar, la base natural necesaria para las actividades humanas (Carro et al.,2020).

MARCO CONCEPTUAL

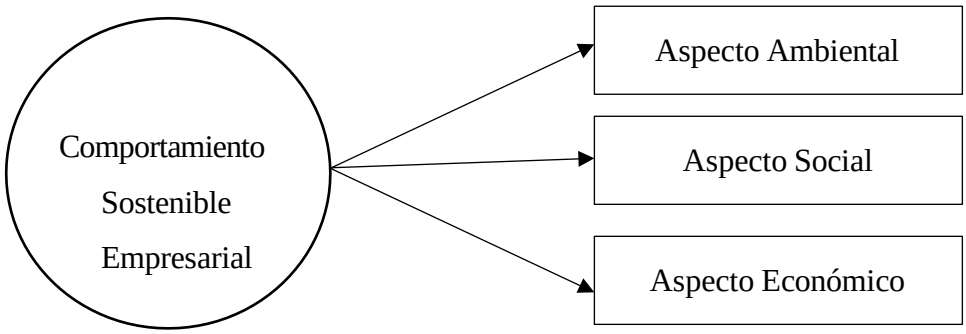

Fig.1. Elaboración Propia -. Competencias de emprendimiento para un comportamiento sostenible en las MiPymes de Tamaulipas, México– (Rodriguez & Sánchez, 2022).

Materiales y métodos

El estudio se realizó utilizando un enfoque cuantitativo, el cual implica la recopilación y evaluación de datos numéricos con el fin de comprender y medir el grado de comportamiento sostenible empresarial entre los empleados. Además, se utilizó un enfoque de tipo básico, ya que se buscó proporcionar conocimiento al comportamiento sostenible empresarial (Hernández-Sampieri & Mendoza,2018). Asimismo, se adoptó un nivel de investigación descriptivo cuyo objetivo principal fue describir las características, comportamientos y percepciones relacionadas con el comportamiento sostenible empresarial entre los colaboradores de un supermercado en la ciudad de Chiclayo. En última instancia, se utilizó un enfoque de investigación no experimental, dado que no se realizó la manipulación de la variable durante la recopilación de datos y fue transversal porque se observó y analizó los datos recopilados de los trabajadores en un periodo de tiempo.

Por consiguiente, se aplicó el cuestionario a los 110 colaboradores de los 4 puntos de ventas del Supermercado implementados estratégicamente en la ciudad de Chiclayo. Los datos fueron proporcionados por el contador del supermercado en estudio. Asimismo, todos los colaboradores, independientemente de su tipo de contrato o jornada laboral, fueron incluidos

en la muestra, la misma que fue de tipo censal, para garantizar la representatividad y exhaustividad del estudio.

En la misma línea, la técnica utilizada fue la encuesta y se realizó mediante un cuestionario con escala Likert de 1 al 5 para marcar. El instrumento es propuesto por Rodríguez & Sánchez (2022), quien menciona 3 dimensiones enfocadas en los ámbitos económico, social y ambiental, y está compuesto por 19 preguntas. Por lo tanto, previo a su ejecución, se realizó un ensayo preliminar para examinar la confiabilidad utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, donde se obtuvo un coeficiente de 0.821, para la variable Comportamiento Sostenible Empresarial, lo cual se verificó la fiabilidad del instrumento para su aplicación.

Por otro lado, el proceso de recolección se llevó a cabo de manera presencial en los centros laborales, durante los dos turnos disponibles: mañana y tarde, con el objetivo de recopilar información de todos los trabajadores. Específicamente, se aprovechó el inicio de las actividades del personal para que puedan completar el cuestionario en un tiempo promedio de 8 a 10 minutos. Durante este proceso, se garantizó el respeto y la confidencialidad de toda la información y datos proporcionados por el colaborador.

Por último, para el procesamiento de datos se utilizó programas Excel y SPSS, precisando que para la validación de los niveles de la variable y sus dimensiones se procesó mediante baremación y tablas de frecuencia en valores de alto, medio y bajo.

Resultados y discusión

Objetivo General: Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un Supermercado de Chiclayo, 2024.

Tabla 1

Nivel de la variable: Comportamiento sostenible empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	41	37.3	37.3	37.3
Medio	67	60.9	60.9	98.2
Bajo	2	1.8	1.8	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Tabla 2

Indicadores de Comportamiento sostenible empresarial

Indicadores	Escala de respuestas				
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Cuidado en el consumo de energía	3.6 %	6.4 %	22.7 %	32.7 %	34.5 %
Uso responsable del agua	8.2 %	12.7 %	33.6 %	21.8 %	23.6 %
Aprovechamiento de materiales reutilizables	14.5 %	14.5 %	24.5 %	23.6 %	22.7 %
Separación y aprovechamiento de desechos	7.3 %	26.4 %	15.5 %	27.3 %	22.7 %
Involucramiento en actividades de cuidado ambiental	7.3 %	20.0 %	10.0 %	19.1 %	43.6 %
Disminución de los residuos generados	10.0 %	17.3 %	23.6 %	23.6 %	25.5 %
Preferencia por productos que no dañan el ambiente	3.6 %	16.4 %	11.8 %	35.5 %	32.7 %
Ahorro en el uso de combustibles	3.6 %	14.5 %	20.9 %	20.0 %	40.9 %
Permanencia segura en el trabajo	10.0 %	6.4 %	32.7 %	21.8 %	29.1 %
Atención al bienestar físico y mental	9.1 %	17.3 %	10.9 %	22.7 %	40.0 %
Comportamiento correcto y honesto	7.3 %	22.7 %	26.4 %	20.0 %	23.6 %
Atención a las necesidades del cliente	15.5 %	26.4 %	20.9 %	10.9 %	26.4 %
Trato justo y equitativo	8.2 %	30.9 %	6.4 %	12.7 %	41.8 %
Aprovechamiento de herramientas digitales	3.6 %	6.4 %	5.5 %	20.9 %	63.6 %
Dinero destinado a proyectos ambientales y sociales	30.0 %	9.1 %	9.1 %	20.0 %	31.8 %
Control de costos y gastos	7.3 %	11.8 %	7.3 %	21.8 %	51.8 %
Ganancias y pérdidas del negocio	5.5%	17.3%	62.7%	5.5%	9.1%
Sueldos competitivos	5.0%	18.0%	64.2%	9.4%	3.4%
Compras a vendedores de la zona	6.4%	2.7%	2.7%	30.9%	57.3%

En la Tabla 1, el hallazgo más significativo, es que los participantes manifiestan un nivel medio de comportamiento sostenible empresarial, esto debido a que la mayor proporción de los colaboradores demuestran un compromiso moderado con las prácticas sostenibles en el ámbito empresarial, lo cual se refuerza en el estudio de Cabiço et al. (2022), quienes analizaron la gestión estratégica sostenible adoptada por las Mypes, encontrando que los factores sociales y económicos presentan niveles de correlación moderados. Por otro lado, en las evidencias encontradas en la Tabla 2, de algunas prácticas, como el ahorro de energía y agua, así como las de reciclaje, están moderadamente implementadas en el personal, sin embargo, aún no han alcanzado una participación plena, estos resultados se alinean a lo hallado por Carmona (2020), en cuya investigación los colaboradores refirieron importante mantener un comportamiento sostenible en las empresas. Ahora bien, en el aspecto social, el nivel medio refleja un equilibrio entre indicadores como la estabilidad laboral y la preocupación por la salud y seguridad y

finalmente, en el ámbito económico, la predominancia de niveles intermedios muestra que la reducción de gastos y las inversiones en sostenibilidad se perciben de manera moderada en los colaboradores, a todo esto, según Pérez & Acurero (2020), resumen que el comportamiento sostenible empresarial es una búsqueda de un equilibrio entre el rendimiento financiero de la empresa en relación con las demandas sociales y ambientales de la sociedad. En consecuencia, la empresa ha logrado avances significativos en la implementación de prácticas sostenibles, pero aún hay oportunidades de mejora para alcanzar un nivel de excelencia. Estos descubrimientos, ponen de manifiesto que la organización debe continuar fortaleciendo su estrategia de sostenibilidad, involucrando activamente a los colaboradores y brindándoles capacitación y herramientas para fomentar un comportamiento sostenible en todos los ámbitos. Además, la comunicación efectiva de los objetivos y logros en materia de sostenibilidad puede contribuir a elevar el compromiso y la participación del personal.

En relación con las bases teóricas, el comportamiento sostenible es definido como el alcance del equilibrio que promueve la sostenibilidad, teniendo en cuenta tanto los beneficios sociales y ambientales derivados de las actividades empresariales como la búsqueda continua de un progreso económico (Rodríguez et al.,2022).

Objetivo Específico 1. Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto ambiental en los colaboradores de un Supermercado de Chiclayo 2024.

Tabla 3

Nivel de la dimensión: Aspecto ambiental

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	52	47.3	47.3	47.3
Medio	47	42.7	42.7	90.0
Bajo	11	10	10	100
Total	110	100	100	

En la Tabla 3, los resultados revelan una distribución predominante en los niveles alto y medio, siendo levemente mayor el nivel alto, este porcentaje mayoritario sugiere que una amplia proporción de los colaboradores demuestran un compromiso sólido con las prácticas ambientalmente sostenibles en el ámbito empresarial. Estos hallazgos coinciden con lo encontrado por Pedreschi & Nieto (2022), quienes analizaron la importancia del marketing verde en el comportamiento sostenible ambiental, donde una gran parte de los encuestados indicaron que la organización presenta compromiso con el cuidado y conservación del medio

ambiente. Así también, se evidencia la implementación de prácticas de ahorro de energía y agua en el lugar de trabajo y de los esfuerzos que realizan en la reducción del consumo de combustible, otro aspecto que explica estos hallazgos es el hecho de que el uso de productos reutilizables y reciclados parece ser una práctica común entre los colaboradores, así como la preferencia por productos ecológicos percibiendo positivamente los esfuerzos de la empresa en la reducción de residuos. Estos resultados enfatizan lo importante que es para las organizaciones el impacto ambiental y la reducción de la huella que buscan lograr (Ahmada et al.,2021). Por su parte, este comportamiento también impacta en la experiencia laboral de los colaboradores de la organización (García,2023). De otro lado, según Badea et al. (2020) las dimensiones de comportamiento sostenible para la empresa como la protección ambiental muestran influir en el comportamiento sostenible que muestran los colaboradores. Estos resultados contribuyen al conocimiento sobre la gestión ambiental empresarial al demostrar que la empresa ha logrado establecer una cultura de conciencia ambiental efectiva entre sus colaboradores. El nivel de compromiso evidenciado muestra el éxito de las estrategias implementadas para fomentar prácticas sostenibles, desde el ahorro de recursos hasta la gestión de residuos. Estos hallazgos aportan evidencia sobre cómo la integración de políticas ambientales en la cultura organizacional puede traducirse en comportamientos sostenibles concretos por parte de los empleados, estableciendo un precedente valioso para otras empresas del sector que buscan mejorar su desempeño ambiental. Además, los resultados demuestran que es posible alcanzar un equilibrio entre los objetivos empresariales y la responsabilidad ambiental, creando un modelo de gestión que beneficia tanto a la organización como al medio ambiente.

En ese sentido, cobra importancia lo planteado por Vidal & Asuaga (2021), quienes manifiestan que la gestión ambiental tiene como función el conservar recursos naturales y generar atributos a la conservación del desarrollo ecológico, mediante estrategias que se enfoquen en brindar calidad de vida previniendo afectaciones ambientales.

Objetivo Específico 2. Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto social en los colaboradores de un Supermercado de Chiclayo 2024.

Tabla 4
Nivel de la dimensión: Aspecto social

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	41	37.3	37.3	37.3
Medio	47	42.7	42.7	80.0
Bajo	22	20.0	20.0	100.0
Total	110	100.0	100.0	

En la Tabla 4, los resultados revelan una distribución predominante en los niveles medio y alto, con una ligera mayoría en el nivel medio en el aspecto social. Este porcentaje superior sugiere que una parte considerable de los colaboradores de la empresa demuestra un compromiso moderado con las prácticas socialmente sostenibles; en este sentido, se corrobora lo encontrado por López (2021), quien evidencia que la contribución al cuidado y la comunidad son factores claves para las organizaciones. Asimismo, se experimenta una estabilidad laboral moderada, ello refleja que la empresa está haciendo esfuerzos para mantener a sus empleados, pero aún hay margen de mejora en este aspecto. Al contrastar estos hallazgos con lo reportado por Ruiz (2023), quien señala una marcada diferencia entre las empresas que generan reportes de sostenibilidad y aquellas que realmente implementan estas prácticas, se puede establecer que existe una distancia significativa entre el discurso y la aplicación efectiva de la sostenibilidad en las organizaciones. Esta situación podría explicar que, aunque la empresa realiza esfuerzos por mantener la estabilidad laboral y el compromiso social, aún hay oportunidades de mejora para consolidar una cultura organizacional que integre plenamente los principios de sostenibilidad social. Asimismo, se muestra que se están implementando medidas básicas en relación con la preocupación por la salud y la integración de actividades relacionadas con la ética de manera coherente, tal como lo menciona Huang et al. (2022), quienes determinaron el comportamiento sostenible en Pymes mediante un enfoque de ética social y empresarial.

Estos resultados aportan una comprensión más profunda sobre el estado actual de la sostenibilidad social empresarial, evidenciando que las organizaciones están en una fase de transición hacia prácticas más sostenibles socialmente. El predominio del nivel medio demuestra que se ha superado la etapa inicial de implementación de prácticas sociales sostenibles, pero también revela áreas de oportunidad específicas en la gestión del capital humano. Este hallazgo es particularmente valioso para entender cómo las empresas están integrando gradualmente la sostenibilidad social en su cultura organizacional, proporcionando

un marco de referencia para evaluar el avance en la implementación de prácticas socialmente responsables.

Dados estos hallazgos, cobra importancia la teoría de la dimensión social, la cual enfatiza aspectos como el bienestar, la enseñanza, la equidad, la vivienda y la protección (Carro et al.,2020).

Objetivo Específico 3: Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto económico en los colaboradores de un Supermercado de Chiclayo 2024.

Tabla 5
Nivel de la dimensión Aspecto Económico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	59	53.6	53.6	53.6
Medio	46	41.8	41.8	95.5
Bajo	5	4.5	4.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

En la Tabla 5, los resultados revelan una distribución en los niveles alto y medio, predominando el nivel alto. Este porcentaje mayoritario sugiere que una gran proporción de colaboradores demuestran un compromiso sólido con las prácticas económicamente sostenibles en el ámbito empresarial. Estos descubrimientos coinciden con lo hallado por Sánchez (2020), quien analizó el comportamiento sostenible de las microempresas y su impacto en los consumidores, mostrando que el valor percibido y el factor económico presentan un efecto positivo con el comportamiento sostenible, además, este nivel alto se explica en la implementación de manera eficiente con el uso de la tecnología en sus operaciones diarias, lo que contribuye a la optimización de procesos y la mejora de la productividad, como menciona, Cabico et al. (2022), de hecho, este escenario llevó a las pymes a aprovechar las oportunidades que ofrecían las tecnologías de la información para comercializar sus productos. Con respecto, a la percepción de que la empresa invierte en actividades que favorecen el medio ambiente, se expresa en esta dimensión, lo que sugiere un enfoque proactivo hacia el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo con la implementación de tecnologías (Fernández y Jambrina, 2021). Tal como lo mencionan Pérez et al. (2021), el componente económico global se refiere a un conjunto de indicadores que muestran cómo una empresa utiliza eficientemente sus activos para generar ingresos que superen los costos operativos. Asimismo, los resultados financieros se perciben como positivos, lo cual evidencia la efectividad de las estrategias económicas sostenibles implementadas por la empresa, por lo tanto, el alto porcentaje en este nivel indicaría

que esta empresa contribuye así a la estabilidad económica de sus empleados y a la atracción y retención de talento. Así también, los hallazgos de Cabico et al. (2022) y Huang et. al. (2022) muestran concordancia con estos resultados, puesto que ponen énfasis en que las acciones enfocadas a un comportamiento sostenible impactan en el aspecto económico de las empresas.

Estos resultados alentadores demuestran que la sostenibilidad se ha convertido en parte integral del modelo de negocio de la empresa. Así como, la inversión en tecnología y la implementación de prácticas que favorecen el medio ambiente y que no solo contribuyen a la eficiencia y la productividad, sino que también demuestran un compromiso genuino con la sostenibilidad a largo plazo. También, es relevante considerar el hecho de que los colaboradores perciban positivamente los resultados financieros de la empresa el cual es un indicador de que las estrategias económicas sostenibles están dando frutos. Sin embargo, es importante que la empresa no se conforme con estos logros y continúe buscando formas de innovar y mejorar en este ámbito.

Lo encontrado contribuye al conocimiento sobre la integración exitosa de la sostenibilidad económica en las empresas, evidenciando que es posible alcanzar un equilibrio entre rentabilidad y prácticas sostenibles. El predominio del nivel alto demuestra que la inversión en tecnología y prácticas ambientalmente responsables puede traducirse en mejoras tangibles en la eficiencia operativa y resultados financieros. Este hallazgo es particularmente valioso ya que establece una conexión directa entre las prácticas sostenibles y el desempeño económico empresarial, proporcionando evidencia empírica de que la sostenibilidad y la rentabilidad no son mutuamente excluyentes, sino que pueden reforzarse mutuamente en un modelo de negocio bien integrado.

En tal sentido, el desarrollo empresarial representa un pilar importante para el alcance de la sostenibilidad, donde se constituye un poder en la economía de los países. Es así, que el comportamiento sostenible empresarial es la búsqueda de un equilibrio entre el rendimiento financiero de la empresa en relación con las demandas sociales y ambientales de la sociedad (Pérez & Acurero,2020).

Conclusiones

El comportamiento sostenible empresarial en el supermercado evidencia una fase intermedia de evolución organizacional, mostrando tanto avances significativos como oportunidades de desarrollo en su gestión integral.

La dimensión ambiental refiere una base establecida de prácticas sostenibles, aunque los niveles de participación varían entre las diferentes áreas y niveles jerárquicos de la organización.

En el aspecto social, se identifican distintos grados de adherencia a las políticas establecidas, manifestando la complejidad en la implementación uniforme de prácticas socialmente responsables.

La perspectiva económica destaca por su integración en la cultura organizacional, demostrando la efectividad de las estrategias de comunicación y gestión implementadas para el desarrollo sostenible del negocio.

Recomendaciones

Establecer un programa integral de sostenibilidad que abarque talleres mensuales sobre manejo de residuos sólidos, eficiencia energética y consumo responsable del agua; que permitan definir objetivos trimestrales de reducción del consumo energético y la generación de residuos plásticos.

Diseñar un sistema de gestión ambiental enfocado en implementar las cláusulas 6.1.2 (Aspectos Ambientales) y 8.1 (Control Operacional) de la norma ISO 14001:2015, priorizando el manejo de residuos peligrosos como aspecto ambiental significativo. Para esto, se establecerán protocolos de manejo y se realizarán auditorías bimestrales de cumplimiento normativo. Como estructura de soporte, se sugiere conformar un comité ambiental con representantes de operaciones, logística y recursos humanos, que supervise la implementación de estas cláusulas específicas y gestione la mejora continua del sistema.

Estructurar un plan de responsabilidad social estableciendo convenios de colaboración con las asociaciones de recicladores formales que operan en las zonas cercanas a la empresa para optimizar la gestión de residuos aprovechables.

Efectuar capacitaciones mensuales para el personal enfocándose en aspectos prácticos como la reducción del consumo de energía, agua y materiales, lo que permitirá mantener el compromiso del personal con la sostenibilidad mientras se generan ahorros tangibles para la empresa eficiencia operativa y prácticas sostenibles.

Referencias

Ahmada, N., Ullah, Z., Arshad, M. Z., Kamrand, H. W., Scholz, M., & Hahn, H. (2021). Relación entre la responsabilidad social empresarial a nivel micro y desempeño ambiental: El papel mediador del empleado, el comportamiento proambiental y el papel del género. Sustainable Production and Consumption, 27, 1138-1148.

Al-Baghdadi, E. N., Alrub, A. A., & Rjoub, H. (2021). Modelo de negocio sostenible y desempeño corporativo: el papel mediador de la orientación sostenible y el control de la contabilidad de gestión en los Emiratos Árabes Unidos. Sostenibilidad MDPI.

Arámbula, M. (2020). Impacto de la gestión de sustentabilidad empresarial en la cultura organizacional. NOVA RUA, 45-56.

Badea, L., Serban-Oprescu, G. L., Dedú, S., & Piros, G. I. (2020). El impacto de la educación para el desarrollo sostenible en el comportamiento de los estudiantes rumanos de economía y negocios. Sostenibilidad.

Bagratuni, K., et al. (2023). Impacto del comportamiento empresarial socialmente responsable en la implementación de los principios de Desarrollo Sostenible. Revista Internacional de Planificación y Desarrollo Sostenible, 2481-2488.

Cabiço, A. V., Calacich, S. N., & Sandoval, M. C. (2022). Gestión estratégica en las pequeñas y medianas empresas en Mozambique. Revista Ciencia UNEMI, 73-83. Campos-Campos, D., & Bermúdez-Carrillo, L. A. (2020). Pymes, Responsabilidad social y desarrollo sostenible. InterSedes, 21(43).

https://doi.org/10.15517/isucr.v21i43.41989

Carmona, R. J., Cuadros, E. C., Pérez, J. G., & Espinoza, R. (2020). La importancia del conocimiento sobre sostenibilidad para los empresarios del sector de la publicidad Below The Line en la ciudad de Medellín Colombia. Revista de Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales, 9(1), 132-152.

Carro, J., Reyes, B., Rosano, G., Garnica, J., & Pérez, B. (2020). Modelo de desarrollo sustentable para la industria de cerámica. Revista Internacional de Contaminación Ambiental.

Cruz-Sintes, A., Santos-Assán, A. H., Díaz-Pompa, F., Cruz, N., & Balseira-Saname, Z. (2020). Estudio Bibliométrico de los artículos originales encontrados en Sciencedirect sobre turismo y sostenibilidad ambiental. Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad, 5(2), 31-39.

De la Rosa Leal, M. E. (2021). El enfoque de sostenibilidad en las teorías organizacionales. Trascender, Contabilidad y Gestión, 87-102.

España-Merchán, A. Y. (2023). Responsabilidad Social Empresarial hacia la implementación de prácticas ambientales en Ecuador. RACE.

Fernández & Jambrina, (2021). Sostenibilidad Corporativa y Objetivos de Desarrollo Sostenible. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD), 4(15), 97- 115.

García-Salirrosas, E. E. (2023). Impacto del clima organizacional proambiental en el compromiso y comportamiento sostenible de los trabajadores en Perú. Revista de Ciencias, Administración y Economía, 205-222.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGRAW-HILL.

Huang, X., Chau, K. Y., Tang, Y. M., & Iqbal, W. (2022). Ética Empresarial e irracional en las Pymes durante la Covid-19: ¿tiene un impacto en la resiliencia empresarial sostenible? Frontiers in Environmental Science.

Miranda, M., Lopez, E. M., & Vega, C. (2022). Hacia una perspectiva integral de gestión en sostenibilidad empresarial. Redalyc, 150-164.

Morales-Alvarado, L., Scavone, G. M., & Sanabria, V. R. (2022). Análisis del comportamiento de empresas peruanas y argentinas en su camino hacia un desempeño más sustentable. Contabilidad y Negocios, 17(34), 164-183.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2021). El sector empresarial y los objetivos de desarrollo sostenible. Oficina de Coordinación Residente.

Orozco Martínez, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? The Anáhuac Journal, 20(1), 76-105.

Pedreschi, R. J., & Nieto, O. M. (2022). Marketing verde, estrategia sostenible en la responsabilidad social de las empresas del corregimiento de aguadulce. Revista Científica Universitaria, 1-18.

Pérez, M. E., Acosta, I. C., & Acurero, M. T. (2020). Categorías de análisis sobre la sostenibilidad una propuesta teorética y contextualizada para el sector empresarial. Económicas CUC, 41(2), 115-136.

Reyes, J. (2021). Cultura organizacional para la sostenibilidad empresarial. COODES - Cooperativismo y Desarrollo, 808-830.

Rodriguez, L. J., Galván, O., & Sánchez, M. L. (2022). Validación de la escala de comportamiento sostenible en las Mipymes de Tamaulipas. Acta Universitaria Multidisciplinary Scientific Journal, 32, 31-41.

Rodriguez, L y Sánchez, M (2022). Competencias de emprendimiento para un comportamiento sostenible en las MiPymes de Tamaulipas, México Revista Visión Gerencial, 21(1), pp. 106-135. Recuperado de http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial

Rojas, I. S., Rossetti, S. R., & Coronado, M. A. (2021). Gestión del conocimiento y responsabilidad social empresarial en agronegocios caso: Hermosillo, Sonora. Redalyc.org, 48, 642-655.

Ruíz, Ú. P. (2023). Desarrollo sostenible en las empresas del Perú: ¿Voluntario u Obligatorio? Giuristi: Revista de Derecho Corporativo, 55-105.

Sánchez-González, I. P., Benítez-Luzuriaga, F. V., Moscoso-Parra, A. E., & Muñoz- Suárez, M. (2020). Desarrollo sostenible en las MiPymes de Ecuador y su impacto en el consumidor. Revista Cumbres, 6(1), 33-42.

Velásquez, E. (2022). Mypes y sostenibilidad en tiempos de pandemia Arequipa - Perú. Revista Internacional de Cultural Visual, 2-11.

Vidal, A., & Asuaga, C. (2021). Gestión ambiental en las organizaciones: Una revisión de la literatura. Revista del Instituto Internacional de Costos, 84-122.

Anexos

Anexo 1

1.1. Instrumento

Escala Lickert

1 Totalmente en desacuerdo
2 Desacuerdo
3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4 De acuerdo
5 Totalmente de acuerdo

Dimensión	Pregunta	Escala Lickert				
Ambiental	Procuro eficiencia y ahorro de energía dentro del negocio	1	2	3	4	5
	Procuro eficiencia y ahorro en el consumo de agua dentro del negocio					
	Procuro el uso de productos reutilizables.					
	Procuro el Uso de productos reciclados o biodegradables					
	Participo en programas o actividades proambientales.					
	Procuro mantener procesos para la reducción y minimización de residuos generados: desperdicio de productos y materiales.					
	Procuro utilizar productos amigables con el ambiente.					
	Procuro eficiencia y ahorro en el uso de combustible					
Social	Procuro mantener una estabilidad laboral en mi trabajo.					
	Existe un ambiente de salud y seguridad en mi trabajo.					
	Existe un comportamiento y actividades éticas dentro del negocio.					
	Existe una diversidad y equidad laboral entre trabajadores, dentro de la empresa.					
	Fortalecer la relación con los clientes para satisfacer sus necesidades					
Económico	Procuro incrementar (en el último año) el uso de la tecnología para mejorar el desempeño en mi trabajo.					
	Considero que se han incrementado (en el último año) las inversiones para: satisfacción de clientes, protección al ambiente, tecnología.					
	Considero que, la empresa ha logrado reducir (en el último año) los gastos administrativos del negocio.					
	Considero que la empresa ha logrado incrementar (en el último año) los resultados y el desempeño financiero del negocio					
	Siento que la empresa ha procurado mantener el nivel de salario de los trabajadores por encima del promedio.					
	Procuro que la empresa trabaje con proveedores que contribuyan al desarrollo local.					

Anexo 2
2.1 Validación de expertos

USAT
Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Mirko Medino Núñez

Cargo o institucion donde labora: Decano Colegio de Licenciados en Administración de Lambayeque

Investigador (a):

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE						REGULAR			BUENO				EXELENTE		
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.														X		
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.												X				
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.												X				
ORGAN IZACION	Los item tiene una secuencia logica.												X				
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.												X				
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.														X		
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.												X				

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV. La Validación, se desarrolla items por items y despues se consolida

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Corregi y Aplicar.

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 16.57

USAT
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: JUAN F. Zentner Alva

Cargo o institucion donde labora: UNPRG.

Investigador (a): _____

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE						REGULAR			BUENO				EXELENTE		
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.														X		
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.												X				
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.														X		
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.														X		
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.															X	
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.													X			
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.															X	

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV. REVISAR VOCABULARIO

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: ES APLICABLE.

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17.86

USAT
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Esther Leonor Vásquez Díaz.

Cargo o institucion donde labora: Coordinación Alumni

Investigador (a):

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE						REGULAR			BUENO				EXELENTE		
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.															X	
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.															X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.															X	
ORGAN IZACION	Los item tiene una secuencia logica.															X	
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.															X	
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.															X	
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.															X	

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV.

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Listo para aplicar al publico objetivo.

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 19.

USAT
Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Jaime Mercedes del Rocío Rengel Castro

Cargo o institucion donde labora: USAT - Docente de Facultad de Ciencias de la Salud

Investigador (a): _____

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE						REGULAR			BUENO				EXELENTE		
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.												X				
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.													X			
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.												X				
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.													X			
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.												X				
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.													X			
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.													X			

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

IV. Podría agregar un par de preguntas para conocer un poco más sobre el tema estudiado en la empresa.

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: _____

VI. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17

Anexo 3

3.1. Carta de aceptación

EL SUPER SAC
RUC Nº 20271779721
AV. LUIS GONZALES Nº 910 CHICLAYO

EL SUPER SUPERMERCADOS S.A.C.
Siempre, de todo a menor precio

Chiclayo, 25 de enero de 2024

Carta N° 0020/supersac

Señor Mgtr.
Javier Gonzalo Córdova Cuba
Director (e) – Escuela de Administración de Empresas
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
Presente. –

Ref.: Carta N° 032-2024-USAT- EADM

Es grato dirigirme a uste para expresarle mi cordial saludo y a la vez en atención a la carta en referencia, manifestar la **aceptación** para el desarrollo del trabajo de investigación a la Srta. Mirtha Cecilia Paz Segura, identificada con DNI 16519542, estudiante del VIII ciclo de la carrera de Administración de Empresas, que llevará por título "COMPORTAMIENTO SOSTENIBLE EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DE UN SUPERMERCADO DE CHICLAYO 2024", para lo cual se le brindará las facilidades de información.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para expresar mi mayor consideración y estima personal.

Atentamente,

C.P.C. EVARISTO SÁNCHEZ DE LA CRUZ
MATRICULA 04 - 2560

Anexo 4

4.1 Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala	Técnica	Instrumento
Comportamiento Sostenible Empresarial	Un conjunto de acciones o conductas resolutivas, equilibras, empáticas, conscientes y de ejecución inmediata, anticipada, desde una perspectiva a largo plazo para el mejoramiento económico, social y ambiental (Rodríguez & Sánchez 2022).	Aspecto Ambiental	Cuidado en el consumo de energía Uso responsable del agua Aprovechamiento de materiales reutilizables Separación y aprovechamiento de desechos Involucramiento en actividades de cuidado ambiental Disminución de los residuos generados Preferencia por productos que no dañan el ambiente Ahorro en el uso de combustibles	Lickert	Encuesta	Cuestionario
		Aspecto Social	Permanencia segura en el trabajo Atención al bienestar físico y mental Comportamiento correcto y honesto Atención a las necesidades del cliente Trato justo y equitativo			
		Aspecto Económico	Aprovechamiento de herramientas digitales Dinero destinado a proyectos ambientales y sociales Control de costos y gastos Ganancias y pérdidas del negocio Sueldos competitivos Compras a vendedores de la zona			

Nota: Sustentado por (Rodriguez & Sánchez, 2022)

Anexo 5

5.1. Matriz de consistencia

Problema Principal	**Objetivo Principal**	**Hipótesis**	**Variables**	
¿Cuál es el nivel del comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo, 2024?	Determinar el comportamiento sostenible empresarial en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo, 2024		Independiente: Comportamiento Sostenible Empresarial	
	Objetivo Específico		**Dimensiones**	**Indicadores**
	Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto ambiental en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo 2024		Aspecto Ambiental	Cuidado en el consumo de energía, uso responsable del agua, aprovechamiento de materiales reutilizables, separación y aprovechamiento de desechos, involucramiento en actividades de cuidado ambiental, disminución de los residuos generados, preferencia por productos que no dañan el ambiente, ahorro en el uso de combustibles.
	Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto social en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo 2024.		Aspecto Social	Permanencia segura en el trabajo, atención al bienestar físico y mental, comportamiento correcto y honesto, atención a las necesidades del cliente, trato justo y equitativo.
	Determinar el nivel del comportamiento sostenible empresarial en el aspecto económico en los colaboradores de un supermercado de Chiclayo 2024.		Aspecto Económico	Aprovechamiento de herramientas digitales, dinero destinado a proyectos ambientales y sociales, control de costos y gastos, ganancias y pérdidas del negocio, sueldos competitivos, compras a proveedores locales.

Diseño y tipo de investigación	**Población, muestra y muestreo**	**Procedimiento y Procesamiento**
Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental	Población: 110 colaboradores Muestra: Censal Muestreo: No hay muestreo	Procedimiento: Fue de manera presencial en los centros laborales, durante los dos turnos mañana y tarde. Procesamiento: Se utilizó programa Excel y SPSS