

Relaciones de confianza y percepción al servicio del colaborador interno para la responsabilidad social en pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana

RECIBIDO: 10/03/2016

ACEPTADO: 07/11/2016

MILDRED TERESA PAREDES TARAZONA*

HECTOR MANUEL HERNANDEZ VALZ**

ALFONSO RAMÓN CHUNG PINZAS***

RESUMEN

El presente artículo muestra los resultados de un estudio descriptivo correlacional y transversal, cuyo objetivo fue identificar la relación existente entre las relaciones de confianza y la percepción de la calidad de servicio en colaboradores internos de pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana.

La muestra está constituida por 162 colaboradores internos de pequeñas empresas de parques industriales y se llevó a cabo la focalización en los siguientes distritos: Los Olivos, San Martín de Porres, Lurín, San Juan de Lurigancho y La Victoria, en Lima Metropolitana.

Se encontró que las relaciones de confianza y la percepción al servicio del colaborador interno para la responsabilidad social en pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana tienen tendencia a ser altas y que tienen relación entre sí.

Palabras clave: PYME, relación de confianza en la organización, percepción de servicio de calidad entre colaboradores, usuario interno, responsabilidad social

RELIABILITY AND PERCEPTION RELATIONS AT THE SERVICE OF THE INTERNAL COLLABORATOR FOR SOCIAL RESPONSIBILITY IN SMALL COMPANIES OF INDUSTRIAL PARKS OF METROPOLITAN LIMA

ABSTRACT

This article shows the results of a correlational and cross-sectional descriptive study aimed to identify the relationship between trust relationships and the perception of service quality in small business internal collaborators industrial parks in Lima.

The sample consists of 162 internal employees of small businesses in industrial parks, carrying out targeting the districts: Los Olivos, San Martín de Porres, Lurín, San Juan de Lurigancho, La Victoria in Lima.

It is found that the relationship of trust and perception of domestic service partner for social responsibility in small companies of industrial parks of Lima tend to be high and relate to each other.

Keywords: SME relationship of trust in the organization, perception of service quality among employees, internal user, social responsibility

1. INTRODUCCIÓN

El problema de investigación que aborda el presente artículo es: ¿Existe relación entre las relaciones de confianza y percepción del servicio del colaborador interno para la responsabilidad social en pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana?

Esta interrogante problemática trae como hipótesis lo siguiente: Existe relación entre las relaciones de confianza y percepción del servicio del colaborador interno para la responsabilidad social en pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana.

Siendo la confianza uno de los factores que produce o garantiza aval psicológico para el logro de productividad a través de la fluidez y responsabilidad al trabajar en el mismo equipo, descrito como una dimensión fundamental en la calidad del clima organizacional, con repercusión marcada en la calidad vida ocupacional.

La percepción del servicio del colaborador interno, es la significación valorativa entre usuarios Internos hacia: Logro de objetivo de la oficina o servicio, proceso de actividad de la sección de la PYME, realización personal, responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYMES, y autoridad.

Colaborador interno son aquellos trabajadores de la organización, sea operativo, administrativo o ejecutivo, que recibe o da a otro algún producto o servicio, que debe utilizar como insumo para alguna de sus labores, o es también generador de insumos para otra posición en la estructura de la PYME para logro de su objetivo y fin en la sociedad.

2. SITUACIÓN GENERAL DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DENTRO DE LAS PYMES

PYME es el acrónimo de Pequeña y Mediana Empresa. Según el artículo 11, Capítulo I, Título II de la Ley 30056, Ley que Modifica las Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial, tiene las siguientes características:

* Doctora. Docente Principal Facultad de Psicología - UNMSM.
E-mail: mildredparedestarazona@gmail.com

** Psicólogo. Docente asociado Facultad Psicología - UNMSM. E-mail: hhvalz@gmail.com

*** Doctor en Ingeniería Industrial. Docente asociado de la Facultad de ingeniería Industrial - UNMSM.
E-mail: alfonso.chung@industrial.unmsm.pe

- a. La pequeña empresa tiene ventas anuales entre 150 a 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- b. La mediana empresa tiene ventas entre 1700 a 2300 UIT.

Para Arbulú (2007), “En el Perú, las PYME representan el 99.5% del total de empresas del país, son responsables del 49% de la producción nacional y producen el 49% del PBI nacional” de hecho se puede apreciar la importancia de éstas en el desarrollo nacional, de ahí que se puede apreciar la importancia de estas organizaciones empresariales.

Por otro lado, existe una confusión en cuanto al uso de los términos MYPE y PYME (Belaunde, 2014), es decir, se confunde a veces ambos en forma indiscriminada, cuando MYPE se debe utilizar solo cuando se trate de Micro y Pequeña Empresa, y no para la Pequeña y Mediana Empresa.

Es importante conocer la situación actual de las PYMES a fin de poder tener un entendimiento cabal de las mismas, según el INEI (2013), al 30 de junio de 2013 se registran 55 mil 290 pequeñas empresas, de las cuales el 60.8% se agrupan en sociedades, un 35.6% son empresas individuales de responsabilidad limitada o personas naturales y el 3.6% tienen otro tipo de organización jurídica. Del mismo modo, la mayor parte de medianas empresas (78.5%) y grandes empresas (85.7%) son sociedades anónimas cerradas, sociedades anónimas abiertas o sociedades comerciales de responsabilidad limitada, entre otros.

Las microempresas corresponden en su mayoría a personas naturales (76.1%); es decir, de cada cuatro microempresas, tres no tienen personería jurídica. El 13.4% están organizadas como sociedades, el 6.5% están constituidas como empresas individuales de responsabilidad limitada y el 3.9% tienen otro tipo de organización.

Esta caracterización permite observar cómo es que se distribuye la PYME en el Perú y cuál es su impacto. Por otro lado, más de 6000 pymes llegaron a mercados internacionales el 2014 (El Comercio, 2015), esto también refuerza la importancia que tienen para la economía nacional.

Asimismo, “las pequeñas y medianas empresas del país empiezan a mejorar en la internacionalización de sus negocios” (Gestión, 2015). Es muy importante este aspecto, porque permite la ampliación de mercados empresariales y además obliga a la innovación y la calidad de los productos que ofrecen las PYME.

3. RELACIONES DE CONFIANZA Y PERCEPCIÓN EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Las pequeñas empresas en Lima Metropolitana son plausibles, como en otro centro laboral, de presentar niveles de estrés perjudicial entre sus colaboradores internos, lo que hace difícil cumplir con su responsabilidad y tener o deteriorar su salud, exigiéndoles así mismo, por la competencia, que las pequeñas empresas requieren de una administración ágil y orientada al buen servicio o producto.

Es lo que comúnmente se refiere como New Public Management (NPM), concepto similar en su implementación al de Total Quality Management (TQM), poniendo especial énfasis en la evaluación del desempeño del servicio y en las medidas de cambio (Scharitzer & Korunka, 2000). Llevando a postular entonces que, entre la solución al problema hay que buscar la entre los mismos colaboradores, a través de la calidad de las relaciones interpersonales que se establezcan entre ellos en los contextos organizacionales o laborales. Planteamiento que debe pasar por una serie de cuestionamientos y evaluaciones, considerando el papel que le corresponde realmente a algunos constructos entre ellos, el de relaciones de confianza.

Paredes, Hernández, Santivañez y Vicuña (2014) señalan que las relaciones de confianza constituyen un constructo que describe un estado psicológico para comprender las expectativas seguras sobre el comportamiento y las intenciones del otro, y es componente fundamental en la generación de vínculos productivos que a la vez promueven un clima organizacional enriquecedor y saludable.

Este constructo se constituye de cuatro factores: competencia, preocupación por el otro, equidad, visión de sí mismo. Medidos en la población de colaboradores de las PYME, pertenecientes al sector de negocio de pequeños productores y empresarios de Caráz; Relación de confianza lograda cuando se centra en aquel que elija como socio o en quien acepta con quien trabajar, será aquel que, posea o demuestre dominio en el conocimiento o competencia para la actividad.

La percepción de la calidad del servicio entre colaboradores internos resulta fundamental en tanto que, la insatisfacción por las deficiencias o precariedad en el trabajo, es una fuente permanente de frustración o enojo que se tipifica como un pobre salario emocional, el mismo conlleva la pérdida de confianza en el sistema y entre colaboradores que lo conforman, dándose un círculo vicioso. Este es el modelo base, en el cual la tolerancia a la frustración es la principal protección de los colaboradores a entenderse como resiliencia.

Al presentar resultados según los cuales el mayor conocimiento de la gestión favorece la confianza en la competencia del socio, pero la percepción de Equidad afecta a la relación de confianza, razón que los a los gestores de las PYME los lleva a exigir normatividades o basarse en regulaciones externas y contractuales para entablar negocio (Paredes, Hernández, Santivañez y Vicuña, 2014).

Es así que Paredes, Hernández, Santivañez y Vicuña (2014) señalan que se encuentra una alta correlación entre las relaciones de confianza y la percepción de la calidad de servicio al usuario o colaborador interno, en instituciones de salud y universidades.

Debe considerarse que en la actualidad el consumidor no solo está interesado en lo que recibe como resultado del proceso de producción, sino en el proceso en sí mismo valorando la responsabilidad social (RSE), responsabilidad que despliega la empresa con sus colaboradores, como grupo de interés primario de la RSE; lo que conlleva que direccionen sus esfuerzos para la gestión del talento humano o recursos humanos un papel preponderante al observarse y corroborar que existe una asociación positiva entre las prácticas de recursos humanos y el desempeño empresarial, práctica en el ejercicio del liderazgo por todo ejecutivo en la cotidianidad de la actividad laboral.

4. LA CONFIANZA COMO REDUCCIÓN DE LA DESCONFIANZA

González (2006) refiere que, aunque parezca sorprendente, la falta de confianza, en definitiva eso que se aprende y forma parte de los miedos, es un sentimiento, comportamiento, reacción o función previa en muchos sentidos a la confianza. De algún modo antes del confiar existió el desconfiar. La confianza se abre paso pues en el espacio emocional creado al controlar y reducir eso que llamamos desconfianza.

La desconfianza tiene una base psicobiológica muy enraizada con el éxito adaptativo de las especies para su supervivencia, es un mecanismo compulsivo conectado a estructuras arcaicas del hipotálamo y del sistema límbico. Estas zonas del sistema nervioso, según la Neurología, están relacionadas con el control de los instintos, las pasiones y las pulsiones más primitivas del ser humano, emociones básicas como el miedo y la ira. Según algunos autores también están relacionadas con la jerarquía, agresividad, territorialidad (...) La desconfianza es pues entendida como un instinto básico de protección y conservación del individuo frente a lo desconocido o no controlable.

El mismo autor presenta la siguiente clasificación de la confianza:

4.1. Tipos de confianza y activadores de la desconfianza

A efectos prácticos se identifican dos tipos de confianza: la interpersonal y la confianza en sistemas, si bien desde hace algunos años está apareciendo un tercer tipo: la confianza en las máquinas.

La confianza interpersonal hace referencia a la generación de:

- Interdependencia. Entre la persona que otorga confianza y quién la recibe.
- Riesgo. La persona puede ser decepcionada en sus expectativas.
- Creencia que la confianza depositada no será aprovechada desfavorablemente para el otorgante de confianza.
- Reducción de complejidad. En la vida existen tantas alternativas que sería imposible valorarlas todas. Confiando se reduce la complejidad de la vida misma.

Adoptar estereotipos, la experiencia previa como predictor, la elección de fuentes por encima de los contenidos, etc., serían vivos ejemplos del confiar como reductor de complejidad.

Complementariamente los activadores básicos de la desconfianza son:

- el sentimiento de incertidumbre. La percepción subjetiva de imprevisibilidad, en definitiva de falta de control sobre algo externo.
- el sentimiento de vulnerabilidad personal. La percepción interna, también subjetiva, de propia vulnerabilidad.

Partiendo de la premisa que la desconfianza precede a la confianza en las relaciones interpersonales es necesario que en las organizaciones existan factores incentivadores de la confianza, al respecto López (2005) cita que "(...) la confianza surge cada que nos encontramos en una situación de relativa vulnerabilidad caracterizada por la incertidumbre y la falta de comunicación. Cuando no contamos con información perfecta o la misma es muy costosa, las decisiones y acciones racionales se vuelven imposibles. En dichos casos quedamos paralizados, a menos que recurramos a la confianza". Es decir que se ve incrementada la capacidad de asumir riesgos por parte de la organización y de los colaboradores en el marco de sus labores, y en el caso de que se deban cumplir con protocolos estrictos que dependen de varios colaboradores,

este se volvería un proceso en el que la participación exitosa está asegurada. Si estos protocolos y sus exigencias están referidos a estándares, entonces la confianza del colaborador se vuelve un elemento central para la calidad de los procesos.

5. METODOLOGÍA

La investigación fue aplicada, descriptiva correlacional, con muestreo intencional con una muestra de 162 colaboradores, descrita por: sector de actividad de la PYME, sexo, edad, condición de contrato laboral, grado de instrucción, lugar de nacimiento, tiempo en empresa, y función técnicas para recolección de datos. La unidad de observación es la persona que labora en una PYME, se le denominará Colaborador.

6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En cuanto a la instrumentalización para recolección de datos, se hizo la adaptación de la escala de disposiciones hacia la confianza escala tipo Likert de cuatro factores: a) competencia, b) preocupación por el otro, c) equidad y d) visión de sí mismo; y de la escala de percepción de la calidad del servicio entre usuarios internos operacionalizada en las dimensiones y adaptada para la población de estudio: a) logro de objetivo de la oficina o servicio, b) proceso de actividad de la sección de la PYME, c) realización personal, d) responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYMES, e) autoridad (Paredes, Hernández, Santivañez y Vicuña, 2014). A continuación se presenta el instrumento de recolección de datos utilizado:

Escala de Responsabilidad Social y percepción entre colaboradores en PYMES

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO: Declaro estar informado del objetivo y uso de la información proporcionada al responder la presente encuesta anónima, es solo para que fines académicos.

INSTRUCCIONES

A continuación le presentamos un conjunto de afirmaciones sobre las cuales deberá manifestar su desacuerdo o acuerdo, marcando con un aspa (X) a la derecha de cada afirmación, según la siguiente tabla:

TD = Total Desacuerdo	D = Desacuerdo	A = Acuerdo	TA = Total acuerdo
------------------------------	-----------------------	--------------------	---------------------------

Es indispensable que marque todas las afirmaciones para ser válido su aporte. Muchas gracias.

Nº	AFIRMACIONES	TD	D	A	TA
1.	Creo que en mi empresa sentimos que el trabajo ofrece desafíos estimulantes.				
2.	Encuentro cooperación con trabajadores(as) de las distintas áreas de la empresa.				
3.	Creo que mis compañeros(as) de trabajo se fatigan con la búsqueda de otros ingresos.				
4.	Recibimos apoyo o financiamiento para actividades en la comunidad al solicitarlo a la empresa.				
5.	Siento que en el trabajo hay dirección y liderazgo para el cumplimiento de metas de la empresa.				
6.	Nos preparamos previamente para realizar actividades que nos gustan.				
7.	Nos apoyamos entre compañeros para hacer un producto al gusto del cliente.				
8.	Mis compañeros se involucran capacitándose para enfrentar los nuevos retos del trabajo.				
9.	Entre los(as) colaboradores(as) en el trabajo se promueve la reducción y reciclaje de residuos o basura.				
10.	Realmente estamos afectados por las condiciones físicas y ambientales en el trabajo.				
11.	Estoy convencido, como mis compañeros(as), de poder ascender por méritos.				
12.	Creo que mis compañeros(as) escuchan mi opinión al tomar decisiones importantes.				
13.	Cuento con el aporte oportuno de mis compañeros para cumplir con mi labor.				
14.	Valoramos la comunicación y confidencialidad entre los distintos departamentos o áreas de mi empresa.				
15.	Hay compañeros(as) de trabajo que son voluntarios(as) en actividades de ayuda a la comunidad.				

16.	Hacemos el esfuerzo permanente entre compañeros(as) para mantener la mejora del producto.				
17.	Mi empresa promueve oportunidades de formación o desarrollo a la gente de mi comunidad.				
18.	Tenemos convencimiento que en la empresa tomamos medidas para un trabajo sin peligros.				
19.	Sentimos que nuestro jefe es justo con nosotros.				
20.	En mi empresa sentimos equidad en las oportunidades para desarrollarnos.				
21.	Las condiciones de trabajo afectan a nuestra salud y bienestar.				
22.	Aprecio la vinculación que se da entre empresa y mi familia mediante actividades culturales y sociales.				
23.	Me siento feliz porque desarrollo las actividades para las que me preparé.				
24.	Es evidente la capacidad del jefe para conducir la solución de dificultades en la empresa.				
25.	Sabemos entre compañeros(as) que el trabajo es útil para los clientes.				
26.	Entre nosotros hay habilidad para asumir la responsabilidad social en la empresa.				
27.	Nuestro jefe apoya las nuevas ideas e iniciativas que le damos.				
28.	Mi compañero de trabajo me alienta a poner énfasis en mi desarrollo personal.				
29.	Hago con mis compañeros de trabajo uso eficiente de los recursos en nuestra actividad.				
30.	Encuentro que hay personas que siendo compañeros(as) de trabajo dicen una cosa y hacen otra.				
31.	Tengo compañeros(as) que hacen cualquier esfuerzo con tal de ayudarme.				
32.	Suelo confiar en las habilidades de mis compañeros(as) de trabajo				
33.	Son muchas más las personas en mi trabajo que actúan según principios sólidos.				
34.	La mayoría de gente que conozco en el trabajo piensa primero en ellos(as)				
35.	Considero que las personas más aptas para ser mis compañeros(as) de trabajo sólo están entre mis familiares o amigos(as).				
36.	Entre las personas de la empresa que conozco elijo a las más capaces.				
37.	Aunque lo conozca de tiempo me es muy difícil llegar a confiar en un compañero(a) en mi trabajo.				
38.	Las personas con las que trabajo son muy conscientes en apoyarme.				
39.	Conozco a compañeros(as) de trabajo que se preocupan de que me vaya bien en la empresa.				
40.	Siento que soy elegible como buen compañero(a) dentro de la empresa.				
41.	Sé de al menos de un compañero(a) que está preocupado(a) en lo que es importante para mí.				
42.	Mi facilidad para sentir confianza en los demás es una de mis cualidades.				
43.	Conozco al menos a una persona que puede ayudarme a mejorar la calidad del rendimiento de la empresa.				
44.	Me siento cómodo con los valores de las personas que están en mi grupo de trabajo.				
45.	Es común encontrarme en mi trabajo con personas que cumplen con su palabra.				
46.	Estoy convencido(a) que para fortalecer mi actividad laboral es necesario tener compañeros(as).				
47.	Es fácil encontrar en mi empresa personas con quien se labora bien.				
48.	Estoy convencido que sólo teniendo un grupo de compañeros(as) llegaré al éxito.				
49.	Me es fácil encontrar a un compañero(a) que esté bien preparado(a) y confiar en él o ella.				
50.	Es fácil tener al menos un compañero(a) que se esfuerce por ser justo en su trato con los demás.				
51.	Conozco a mucha gente que siendo mi compañero(a) de trabajo me dejaría metido en problemas.				
52.	Conozco a personas de éxito laboral y personal en mi empresa.				

7. INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis descriptivo se usaron estadísticos de tendencia no central y variabilidad acordes con las distribuciones no paramétricas de los datos, considerándose de esta forma a la mediana, Mdn, (Field, 2009) y el 75% del rango intercuartílico, RI' (Grimson & Kim, 2005).

Para el análisis de los niveles se hace uso de frecuencias y porcentajes. En el análisis inferencial, previamente se realizó prueba inferencial de ajuste a distribución normal con el estadístico de Kolmogorov-Smirnov, obteniéndose resultados estadísticamente no significativos ($p < .05$), concluyéndose por el uso de estadísticos no paramétricos.

Para la prueba de la significancia estadística de la correlación se usó el coeficiente de r de Spearman en las fórmulas correspondientes. Como medida del tamaño del efecto para la correlación se consideró la propuesta de Cohen de valorar el grado de covariación de las variables (r), siendo los límites de pequeño, mediano y grande: .10, .30 y .50 (Cohen, 1988).

Para los análisis de comparación de grupos independientes se usó la U de Mann-Whitney y el H de Kruskal-Wallis, considerándose como medida del tamaño del efecto la derivación de la d de Cohen robusta a valores atípicos y que en la comparación de varios grupos hace comparación de los valores más lejanos d' (Grimson & Kim, 2005).

En este último caso, la valoración de los tamaños del efecto se realizó según la propuesta de Cohen para la comparación de grupos, es decir 0.20, 0.50 y 0.80 como límites para efectos pequeño, mediano y grande. Para los análisis descriptivos e inferenciales se utilizó el software SPSS 22, mientras que la fórmula para el cálculo del tamaño del efecto se implementó en software de hoja de cálculo para Microsoft Excel 2013.

8. RESULTADOS

En el análisis de resultados se tiene que la correlación entre la percepción del servicio entre usuarios internos y las relaciones de confianza es $r = .72$, $p < .001$, $r^2 = .52$, donde la varianza explicada por la asociación de variables corresponde a un efecto grande ($r > .50$).

La percepción del servicio entre usuarios internos correlaciona de manera significativa con las dimensiones de relaciones de confianza, $r > .48$, $p < .001$ observada en la (Tabla 1), dándose la

mayor con equidad, $r = .66$, y con preocupación con el otro, $r = .43$. Con respecto a la variable total de relaciones de confianza, también se tiene correlaciones significativas con las dimensiones de percepción del servicio entre usuarios, $r > .56$ en todas ellas, donde las mayores correlaciones se tiene con logro de objetivo de la oficina o servicio, procesos de actividad de la sesión de la PYME, realización personal, responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYME, todas ellas con $r = .64$

Con respecto a los análisis por niveles la percepción del servicio entre usuarios internos se tiene que el 86% del grupo evaluado está en los niveles medio y alto. En las dimensiones de esta primera variable se tiene una tendencia similar donde se tiene entre los niveles medio y alto el 80%, 89%, 78% y 79%, siendo incluso mayor en el nivel alto para realización personal y responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYME (Tabla 2). Con respecto a la variable total de relaciones de confianza, el nivel medio es el de mayor porcentaje de sujetos, 56%, sin embargo, la distribución se va dando de manera diferente en sus dimensiones. Así se tiene que en competencia el nivel alto, 54%, es el más numeroso, seguido por el de medio, 31%, mientras que equidad es principalmente medio, 55%, teniendo los niveles bajo y alto 16% y 20% respectivamente. Valores más próximos entre sí se tiene en visión de sí mismo, 19%, 39% y 35% para los niveles bajo, medio y alto.

Con respecto a las diferencias según el género, se tiene en las variables totales diferencias de tamaño del efecto pequeño en percepción del servicio entre usuarios internos ($d = 0.25$) y en relaciones de confianza ($d = 0.28$). En la mayoría de dimensiones de las variables de estudio no existen diferencias significativas (Tabla 3), siendo las de mayor valor en realización personal ($d = 0.38$) y visión de sí mismo ($d = 0.30$).

Finalmente, en el análisis de la diferencia en las variables de estudio según el tiempo de trabajo en el rubro, se tiene diferencia en mediana en relaciones de confianza ($d' = 0.52$) y pequeña en percepción del servicio entre usuarios internos ($d' = 0.52$), teniéndose la mayor puntuación en aquellos con menos de un año en comparación con los que tiene cuatro años o más (Tabla 4). La dimensión con mayor diferencia es la de equidad, efecto grande ($d' = 1.07$), donde la mayor puntuación la obtienen la tienen aquellos con menos de un año (Mdn = 11, RI' = 2.3) en comparación con los de cuatro años o más (Mdn = 9, RI' = 1.5).

Tabla 1. Correlaciones entre las dimensiones y totales de las variables de estudio (N = 162)

Mediciones	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1	2.1	2.2	2.3	2.4	2
1.1 Logro de objetivo de la oficina o servicio	—										
1.2 Proceso de actividad de la sección de la PYME	.66	—									
1.3 Realización personal	.73	.67	—								
1.4 Responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYMES	.65	.61	.66	—							
1.5 Autoridad	.80	.70	.81	.69	—						
1 Percepción del servicio entre usuarios internos	.88	.85	.88	.83	.91	—					
2.1 Competencia	.50	.52	.52	.53	.46	.58	—				
2.2 Preocupación por el otro	.50	.53	.51	.36	.53	.56	.43	—			
2.3 Equidad	.61	.53	.56	.60	.59	.66	.49	.51	—		
2.4 Visión de sí mismo	.44	.46	.41	.32	.47	.48	.48	.51	.54	—	
2 Relaciones de confianza	.64	.64	.63	.56	.64	.72	.78	.79	.77	.81	—

Nota. Todas las correlaciones son estadísticamente significativas ($p < .001$).

Tabla 2. Niveles en frecuencia y porcentaje de las dimensiones y totales de estudio

Mediciones	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1.1 Logro de objetivo de la oficina o servicio	2(1.2%)	11(6.8%)	62(38.3%)	67(41.4%)	20(12.3%)
1.2 Proceso de actividad de la sección de la PYME	2(1.2%)	10(6.2%)	91(56.2%)	53(32.7%)	6(3.7%)
1.3 Realización personal	1(0.6%)	17(10.5%)	62(38.3%)	65(40.1%)	17(10.5%)
1.4 Responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYMES	4(2.5%)	27(16.7%)	53(32.7%)	68(42.0%)	10(6.2%)
1.5 Autoridad	2(1.2%)	15(9.3%)	68(42.0%)	60(37.0%)	17(10.5%)
1 Percepción del servicio entre usuarios internos	1(0.6%)	10(6.2%)	73(45.1%)	66(40.7%)	12(7.4%)
2.1 Competencia	2(1.2%)	5(3.1%)	50(30.9%)	87(53.7%)	18(11.1%)
2.2 Preocupación por el otro	1(0.6%)	36(22.2%)	67(41.4%)	50(30.9%)	8(4.9%)
2.3 Equidad	4(2.5%)	26(16.0%)	89(54.9%)	31(19.1%)	12(7.4%)
2.4 Visión de sí mismo	2(1.2%)	31(19.1%)	63(38.9%)	56(34.6%)	10(6.2%)
2 Relaciones de confianza	0(0.0%)	14(8.6%)	91(56.2%)	51(31.5%)	6(3.7%)

Tabla 3. Análisis descriptivo e inferencial de las variables de estudio según género

Mediciones	Masculino (n=107)		Femenino (n=55)		U	z	p	d'
	Mdn	RI'	Mdn	RI'				
Logro de objetivo de la oficina o servicio	15.0	3.0	15.0	3.0	2610.0	1.18	.236	0.00
Proceso de actividad de la sección de la PYME	21.0	3.8	21.0	2.3	2922.0	0.07	.942	0.00
Realización personal	14.0	2.3	15.0	3.0	2698.0	0.87	.382	0.38
Responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYMES	16.0	3.0	16.5	3.8	2740.0	0.72	.472	0.15
Autoridad	14.0	3.0	14.0	2.3	2699.0	0.87	.386	0.00
Percepción del servicio entre usuarios internos	79.0	11.3	82.0	12.8	2742.0	0.71	.478	0.25
Competencia	20.0	3.0	20.0	2.3	2848.5	0.34	.738	0.00
Preocupación por el otro	15.0	3.0	15.0	3.0	2911.5	0.11	.912	0.00
Equidad	10.0	2.3	10.0	2.3	2797.5	0.52	.604	0.00
Visión de sí mismo	16.0	3.0	15.0	3.8	2653.5	1.03	.304	0.30
Relaciones de confianza	62.0	6.8	60.0	7.5	2888.0	0.19	.847	0.28

Tabla 4. Análisis descriptivo e inferencial de las variables de estudio según años trabajando

Mediciones	Menos de un año (n=42)	Entre uno y tres años (n=76)	Cuatro o más años (n=44)	H(2)	p	d'
	Mdn(RI')	Mdn(RI')	Mdn(RI')			
Logro de objetivo de la oficina o servicio	15(2.3)	15(3.8)	15(2.3)	1.80	.406	0.18
Proceso de actividad de la sección de la PYME	22(3.0)	21(2.3)	21(3.8)	1.91	.385	0.33
Realización personal	15(2.3)	15(2.3)	14(1.5)	1.69	.430	0.50
Responsabilidad social empresarial en la gestión de las PYMES	17(2.3)	16(3.0)	16(4.5)	1.44	.488	0.31
Autoridad	15(3.0)	14(2.3)	14(2.6)	5.86	.053	0.38
Percepción del servicio entre usuarios internos	83(13.5)	81(10.5)	79(12.9)	2.47	.290	0.32
Competencia	21(2.3)	20(3.0)	21(3.0)	3.63	.163	0.36
Preocupación por el otro	16(2.3)	15(3.6)	15(2.6)	1.95	.377	0.36
Equidad	11(2.3)	10(1.9)	9(1.5)	8.09	.017	1.07
Visión de sí mismo	16(2.3)	16(3.0)	16(3.0)	1.56	.459	0.00
Relaciones de confianza	64(5.3)	61(7.5)	61(6.0)	4.16	.125	0.52

9. CONCLUSIONES

1. Se encuentra relación entre las relaciones de confianza y la percepción del servicio del colaborador interno para la responsabilidad social en pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana.
2. La percepción de la calidad del servicio del colaborador interno de las PYME se observa con tendencia a ser alta.
3. Las relaciones de confianza entre los colaboradores internos de las PYME se caracterizan por presentar la tendencia medio alta.
4. Es importante señalar que no se ha encontrado prevalencia en función del género en pequeñas empresas de parques industriales de Lima Metropolitana con respecto a la percepción de la calidad del servicio del colaborador interno y las relaciones de confianza

Reconocimiento especial al financiamiento al CSI de la UNMSM, y la colaboración de Castillo Blanco Ronald Wilfred, Soto Malaver, Carmela Emperatriz, Sanabria Rojas Hernan Arturo, Rivas Castro Guillermo Gerardo así como de los alumnos Gómez Cuyubamba Crithoper Jhoel, Sierra Orellana Dennys Leonel, Criollo Farfán Elena, Alonzo Córdova Iván Julián.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Arbulú J. (2007). PYME: La Socia Mayoritaria del Perú, extraído de: http://pad.edu/data/upload/publicaciones/La_PYME_en_el_Peru_Jorge_Arbulu.pdf
- [2] Belaunde G. (2014). Mypes y Pymes: No Confundir, extraído de: <http://blogs.gestion.pe/riesgosfinancieros/2014/01/mypes-y-pymes-no-confundir.html>
- [3] Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2 ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- [4] El Comercio (2015). Más de 6 mil pymes llegaron a mercados internacionales el 2014, Extraído de: http://elcomercio.pe/economia/peru/mas-6-mil-pymes-llegaron-mercados-internacionales-2014-noticia-1790964?ref=flujo_tags_519462&ft=nota_7&e=titulo
- [5] Emprende (2013). INEI: El 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas, pero las grandes concentran el 79% de ventas. Extraído de: <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>
- [6] El Peruano (2013). Ley que Modifica las Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley 30056). Extraído de: http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf
- [7] Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3 ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- [8] Gestión (2015). La pyme peruana busca cómo acceder más fácil a los mercados internacionales. Extraído de: <http://gestion.pe/empresas/pyme-peruana-busca-como-acceder-mas-facil-mercados-internacionales-2131242>
- [9] González, S. (2006). Fomentar confianza: reducir desconfianza, extraído de <http://www2.peretarres.org/premsa/articulos/010205.pdf>
- [10] Grissom, R., & Kim, J. (2005). *Effect sizes for research*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- [11] López, G., (2005). La confianza elemento dinamizador del éxito organizacional y empresarial en la perspectiva teórica del paradigma ecológico. Extraído de http://biblioteca.uac.pt/sites/default/files/ebooks_germanlopeznorena.pdf
- [12] Paredes, M., Hernandez, H., Santivanez, R., Vicuna, L. (2014). Programa de socialización económica en gestión, negocios y relaciones de confianza en pobladores de zona urbana y rural en Caraz, Huaylas, Ancash. Revista de Investigación en Psicología, 16(2), en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/6438>.
- [13] Scharitzer, D., y Korunka, C. (2000). New public management: Evaluating the success of *Total Quality Management* and Change Management Interventions in Public Services from the Employees and Customers Perspectives. *Total Quality Management*, 11 (September), 941-954.