

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Administración



Responsabilidad social empresarial y compromiso

organizacional de la inmobiliaria Pajuelo 2024

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado(a) en
Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Brigitte Xiomara Leon Loaiza

Gian Franco Chavez Arroyo Huachuvilca

Asesor:

Mg. David Junior Elias Aguilar Panduro

Lima, marzo del 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo David Junior Aguilar Panduro, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y negocios internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “Responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional de la inmobiliaria Pajuelo 2024” de los autores Brigitte Xiomara Leon Loaiza y Gian Franco Chavez Arroyo Huachuvilca tiene un índice de similitud de 20% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 09 días del mes de abril del año 2025.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D. Aguilar', is written over a solid black horizontal line.

David Junior Aguilar Panduro

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 13 día(s) del mes de mayo del año 2023, siendo las 12:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a) Dr. Jesús Fernando Bazarano Augui, el (la) secretario(a): Lic. Rosalía Gladys Morales Rivera y los demás miembros: Dr. Ricardo Elías Larrosa Loto y el (la) asesor(a) Hg. David Furió Elías Aguilar Panduro con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "Responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional de la inmobiliaria Bayula 2024".

del(los) bachiller/es:

- a) Gian Franco Chavez Arroyo Huachavilca
b) Briggite Xiomara Leon Loaiza
c)

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente

Bachiller (a): Gian Franco Chavez Arroyo Huachavilca

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (b):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

[Firma]
Presidente/a

Secretario/a

Asesor/a

Miembro

Miembro

Bachiller (a)

Bachiller (b)

Bachiller (c)

(*) Tabla de Calificación

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	20	A+	Con nominación de Excelente	Excelencia
	19	A		
	18	A-		
	17	B+	Con nominación de Muy Bueno	Sobresaliente
	16	B		
	15	B-	Con nominación de Bueno	Muy Bueno
	14	C		
DESAPROBADO	Menos de 14	D	Con nominación de Deficiente	Insuficiente

INDICE

1. *Introducción*
 - 1.1 *Antecedentes*
 - 1.2 *Objetivos*
 - 1.3 *Hipótesis*
2. *Materiales y método*
 - 2.1 *Diseño metodológico*
 - 2.2 *Población y muestra*
 - 2.3 *Técnicas de recolección de datos*
 - 2.4 *Técnicas para el procesamiento de datos*
 - 2.5 *Aspectos éticos*
3. *Resultados y discusión*
 - 3.1 *Resultado 1*
 - 3.2 *Resultado 2*
 - 3.3 *Resultado 3*
 - 3.4 *Resultado 4*
 - 3.5 *Resultado 5*
 - 3.6 *Resultado 6*
 - 3.7 *Resultado 7*
 - 3.8 *Discusión*
4. *Conclusión*
5. *Recomendaciones*
6. *Bibliografía*
7. *Anexos*

Responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional de la inmobiliaria Pajuelo 2024

Corporate social responsibility and organizational commitment of the real estate company PAJUELO 2024.

León Loaiza Brigitte* Chavez Arroyo Huachuvilca Gian Franco*

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general determinar en qué medida la responsabilidad social empresarial se relaciona con el compromiso organizacional en la Inmobiliaria Pajuelo, 2024. Para ello, se ha empleado una metodología de diseño no experimental, de tipo correlacional porque se busca determinar la relación entre las variables de estudio, y es de corte transversal porque no se manipulan las variables y su medición se realizará una sola vez. La muestra estuvo compuesta por 207 colaboradores de diversos proyectos inmobiliarios de la empresa Pajuelo, ubicado en Lima. La tabulación de los datos se llevó a cabo con el programa Excel, mientras que el análisis estadístico se realizó con el software SPSS versión 27. El instrumento que se ha utilizado en el presente estudio es el instrumento creado por Carroll, (1991), traducido, validado e implementado por Maige (2001), y utilizado por Rafael et al., (2016). De igual manera, la variable compromiso organizacional se utilizará el instrumento creado por Bohnenberger, (2005), traducido, validado e implementado por Zegarra (2014), y utilizado por Araque Jaimes et al., (2017). Finalmente, se obtuvo como resultado que existe una correlación positiva con una fuerza de correlación media, con un coeficiente 0.490.

Abstract

The present research aims to determine how much corporate social responsibility relates to corporate commitment at Inmobiliaria Pajuelo, 2024. To achieve this, a non-experimental design methodology of a correlational type was employed, as it seeks to determine the relationship between the study variables, and it is cross-sectional because the variables are not manipulated, and measurement will be conducted only once. The sample consisted of 207 collaborators from various real estate projects of the Pajuelo company, located in Lima. Data tabulation was carried out using Excel, while statistical analysis was performed using SPSS version 27. The instrument used in this study is the one created by Carroll (1991), translated, validated, and implemented by Maige (2001), and utilized by Rafael et al. (2016). Similarly, for the variable of organizational commitment, the instrument created by Bohnenberger (2005), translated, validated, and implemented by Zegarra (2014), and used by Araque Jaimes et al. (2017), will be employed. Finally, it was found that there is a positive correlation with a medium correlation strength, with a coefficient of 0.490.

Palabras clave

Responsabilidad social empresarial, compromiso organizacional, colaboradores, lealtad y productividad

Keywords

Corporate social responsibility, organizational commitment, employees, loyalty and productivity

1. Introducción

En un ambiente donde la globalización produce cambios profundos vemos que la responsabilidad social empresarial ha recuperado una posición vital desde sus inicios, puesto que la rse no es un fenómeno reciente, pero ha adquirido gran relevancia en los últimos años (Salazar, Soto and Sánchez, 2011), asimismo la RSE es una continua relación con la sociedad a todos los niveles, es decir un proceso que involucra a todos sus stakeholders (Sarmiento, 2011b), sin embargo ésta ha experimentado un desarrollo desigual en los diferentes ámbitos (Madueño, Jorge and Martínez-Martínez, 2013), lo cual causa un menor nivel de desarrollo en el uso de practica integrales de responsabilidad social empresaria, por ello se busca fortalecer o incorporar la bas(Navarro, Rubio, Sofía Lavado, et al., 2017)e de la responsabilidad social de las personas, y de esta manera la rse tenga la capacidad y obligación de responder ante la sociedad con acciones u omisiones por del bien común (Navarro et al., 2017).

La responsabilidad social empresarial es más que una moda en la gestión y los informes empresariales, se constituye en un ejercicio clave en la evolución de las empresas (Duque, Cardona and Rendón, 2013) y por el contrario se ha constituido en una tendencia que cada vez adquiere mayor relevancia (Espitia Cubillos, 2015) por ello, la rse comprende las expectativas económicas, ético – legales y discrecionales que la sociedad tiene (Alvarado and Schlesinger, 2008) La responsabilidad empresarial ayuda a generar empleos, riqueza y abastecimiento a la sociedad de los bienes y servicios que necesita , tienen la necesidad de comprender y definir, para poder determinar las prácticas socialmente responsables de las empresas (Razeg, 2010)

Garrido-Pinzón et al., (2011), menciona que la globalización ha generado grandes cambios, no sólo en el ámbito social, también, en el ámbito laboral, por lo que los empresarios han buscado métodos para aumentar la eficiencia de los recursos y la productividad de sus empleados, pues las empresas modernas buscan un posicionamiento de mercado y su desarrollo sostenible en la dependencia de muchos factores externos e internos (Riveros, 2021). Por su parte, (Araque Jaimes et al., 2017), menciona que este es un tema poco tratado hasta el momento y el abordaje que se ha realizado parte de fundamentos teóricos de las ciencias estratégicas.

Esto sucede debido a que no todas las empresas emplean estrategias ni modelos para la práctica del marketing interno, lo cual puede afectar el compromiso, la lealtad y la productividad del personal (CENTRUM, 2011). Asimismo, debido a las exigencias de la realidad competitiva, es de gran relevancia contar en la organización con capacidades que permitan servir mejor a sus clientes y diferenciarse de sus competidores (Urich, 1997), por lo que se necesitan empleados comprometidos con los objetivos organizacionales (Peña Cárdenas et al., 2016), que desempeñen de manera confiable las tareas que se les asignen con los estándares fijados (Sánchez Trujillo & García Vargas, 2017), y que entiendan al compromiso organizacional como el proceso mediante el cual las metas de la organización y las metas individuales se integran de manera completa (Meyer & Allen, 1997).

(Mendoza, Hernández and García, 2013) Pretende involucrar a la empresa en actividades comunitarias para promover activamente el desarrollo de nuestro país, de la misma forma, (Navarro, Rubio, Sofía Lavado, et al., 2017) fortalecer y promover el tema de la rse en todos sectores, que permitirá una convivencia democrática orientado al bien común, asimismo contribuir a mejorar su competitividad en un marco de actuación socialmente responsable (Laurent, 2013a) Asimismo, (Hurtado-Arrieta, 2017), menciona que las empresas deben crear una fuerte cultura corporativa y personas identificadas con lo que hacen, no por obligación sino porque se sienten satisfechas, y tengan un grado de compromiso alto Harter et al., (2002).

1.1. Antecedentes

Según (Alvarado, 2007) existen varios marcos referenciales para explicar la definición más reciente de la RSE. (Sarmiento, 2011a) encontró que responsabilidad social empresarial es una continua relación con la Sociedad a todos los niveles, es decir es un proceso que involucra a todos sus stakeholder y debe formar parte de la planeación estratégica de las empresas que la desarrollan. En otro estudio realizado por (Parada, Rodríguez and González, 2013) se establece que las actuaciones referidas al stakeholder, cliente son las que tienen una influencia significativa sobre el comportamiento del consumidor. Asimismo (Currás and Bigne, 2008) sostiene que responsabilidad social influye en la intención de compra a través de la identificación con la empresa, la imagen de habilidad corporativa influye directa y positivamente en el comportamiento de compra sin necesidad de dicha mediación.

Por otro lado (Rubio and Fierro, 2016) hallaron que la responsabilidad social empresarial es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucre, de igual forma (Molina, Quesada and Ruiz, 2011) sostiene que la RSE debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo, por ello (Yucra, 2016) afirma que va reflejado a través de campañas, programas, alianzas, donaciones, eventos como foros y debates, y acciones específicas propias del sector de los medios a través de producciones periodísticas y comunicacionales. Por último (Wendlandt *et al.*, 2016) manifiesta que la RSE tomará un papel central en la relación entre empresas y sociedad en los próximos años.

1.2 Objetivos

Determinar en qué medida la responsabilidad social empresarial se relaciona con el compromiso empresarial en la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.

Objetivos específicos

- Determinar en qué medida la responsabilidad económica se relaciona con el comportamiento organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.
- Determinar en qué medida la responsabilidad legal se relaciona con el comportamiento organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.
- Determinar en qué medida la responsabilidad ética se relaciona con el comportamiento organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.
- Determinar en qué medida la responsabilidad filantrópica se relaciona con el comportamiento organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.

1.3 Hipótesis

Existe correlación significativa entre la responsabilidad social empresarial y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.

Hipótesis específicas

- Existe correlación significativa entre la responsabilidad económica y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.

- Existe correlación significativa entre la responsabilidad legal y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.
- Existe correlación significativa entre la responsabilidad ética y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.
- Existe correlación significativa entre la responsabilidad filantrópica y el compromiso organizacional en los trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo, 2024.

2. Materiales y método

2.1 Diseño Metodológico

Mediante el artículo de instigación se determinará la relación entre responsabilidad social empresarial y comportamiento organizacional, por lo que dicha investigación será de tipo correlacional. Según (Lahura, 2020), el coeficiente de correlación es una herramienta estadística importante para poder medir el grado de asociación. De esta manera el diseño de la investigación será no experimental, en correspondencia al tipo de corte transversal, por lo que no se manipulará ninguna variable (Lahura, 2020).

2.2 Población y muestra

Para medir la variable responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional se realizará un trabajo de investigación no probabilístico por conveniencia conformada por 150 personas, personas que serán trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo.

2.3 Técnicas de recolección de datos

Para medir la variable responsabilidad social empresarial se utilizará el instrumento creado por Carroll, (1991), traducido, validado e implementado por Maige (2001), y utilizado por Rafael et al., (2016). De igual manera, la variable compromiso organizacional se utilizará el instrumento creado por Bohnenberger, (2005), traducido, validado e implementado por Zegarra (2014), y utilizado por Araque Jaimes et al., (2017).

2.4 Técnicas para el procesamiento de datos

El procesamiento y tabulación de los datos del artículo empírico será realizado mediante el software estadístico SPSS Statistics versión 25, asimismo el análisis de datos se realizará mediante estadístico correlacional para así poder determinar la correlación y/o entre las variables Responsabilidad Social Empresarial y Compromiso organizacional.

Para la Prueba de Normalidad se usará los siguientes criterios

Paso 1: Plantear la hipótesis

Ho : Los datos tienen una distribución normal

Ha : Los datos no tienen una distribución normal

Paso 2: Nivel de confianza y significancia

Confianza : 95%

Significancia : 5%

Paso 3: Prueba estadística

Kolmogorov-Smirnova → $n > 50$

Shapiro-Wilk → $n \leq 50$

Paso 4: Criterio de Decisión:

1. Si p-valor es MENOR O IGUAL que 5%, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a (los datos NO TIENEN una distribución normal, entonces empleamos pruebas NO PARAMÉTRICAS)

2. Si p-valor es MAYOR que 5%, se rechaza la H_0 y se acepta la H_a (los datos TIENEN una distribución normal, entonces empleamos pruebas PARAMÉTRICAS)

Para la correlación se usará los siguientes criterios

Paso 1: Plantear la Hipótesis de correlación

$H_0 : \rho = 0$ (No existe Correlación)

$H_a : \rho \neq 0$ (Existe Correlación)

Paso 2: Nivel de significancia

Nivel Confianza = 0.95

$\alpha = 0.05$ (Margen de error)

Paso 3: Prueba correlación

Paramétrica → Coeficiente de Pearson

No paramétrica → Spearman

Paso 4: Criterio de la correlación

Valor rs	Correlación
$0.0 < 0.1$	No hay correlación
$0.1 < 0.3$	Poca correlación

0.3 < 0.5	Correlación media
0.5 < 0.7	Correlación alta
0.7 < 1.0	Correlación muy alta

De Kuckartz et al: Statistik, Eine verständliche Einführung, 2013, p. 213

Paso 5: Criterio de decisión

Si $p < 0.05$, aceptamos la H_a y rechazamos la H_0

Si $p \geq 0.05$, rechazamos la H_a y aceptamos la H_0

2.5 Aspectos Éticos

La elaboración de este perfil de proyecto se solicitará a la INMOBILIARIA PAJUELO los permisos correspondientes para realizar la investigación a través de la aplicación de los instrumentos. Por lo que, los encuestados firmarán un consentimiento informado al momento de realizar el instrumento (Anexo A). Asimismo, los datos y la información brindados por los usuarios encuestados serán recogidos de manera anónima y así se mantendrá por un periodo de 365 días, respetando la confidencialidad de la información brindada.

3. Resultados y discusión

3.1. Resultado 1

Mediante la Tabla 1, se describen los datos de los encuestados, se encuestaron 207 trabajadores de la Inmobiliaria Pajuelo. Teniendo como resultado que el rango de edades se encuentra desde los 26 a 35 años siendo así un porcentaje mayor de los encuestados con un 54.6%.

También, se puede observar que el mayor porcentaje de trabajadores es el género masculino con una cantidad de 137 trabajadores encuestados con un porcentaje de 66.20%, además, 70 trabajadores encuestados del género femenino dan un porcentaje menor del 33.80%. Mientras tanto el nivel de escolaridad de 114 encuestados detalla un nivel profesional alto en Licenciatura con un porcentaje de 55.10%, observando así que 80 trabajadores cuentan con un porcentaje menor de 38.60%. Asimismo, el nivel de ocupación de los trabajadores es que 138 encuestados solo trabajan con un porcentaje de 66.70%, de igual manera, 67 encuestados estudian y trabajan dando así un porcentaje de 32.40%, por lo que, solo 2 trabajadores son estudiantes con un porcentaje de 1%. Finalmente, se obtuvo el tipo de urbanización de 200 trabajadores encuestados es en zona urbana con un porcentaje de 96.6% y en zona rural del 3.4%.

Tabla 1 Datos sociodemográficos

		Recuento	% de N tablas
Edad	18 a 25 años	72	34.80%
	26 a 35 años	113	54.60%
	36 a 45 años	9	4.30%
	46 a mas	13	6.30%
	Total	207	100.00%
¿Cuál es su género?	F	70	33.80%
	M	137	66.20%
	Total	207	100.00%
Grado de escolaridad:	Doctorado	2	1.00%
	Lic/Ing	114	55.10%
	Maestría	11	5.30%
	Otro	80	38.60%
	Total	207	100.00%
Ocupación	Estudia	2	1.00%
	Trabaja	138	66.70%
	Ambos	67	32.40%
	Total	207	100.00%
Tipo de urbanización en donde vive	Urbano	200	96.60%
	Rural	7	3.40%
	Total	207	100.00%

3.2. Resultado 2

Mediante la prueba de normalidad, se utilizará el Método de Kolmogorov-Smirnov, debido a que el tamaño de la muestra es >50.

En la tabla 2 se observa que la variable responsabilidad social empresarial (RES) tiene un p-valor de 0.001 por lo que es menor a 0.05, esto quiere decir que se rechaza la hipótesis H_0 y se acepta la H_a , indicando que no es una distribución normal, por lo que se empleará las pruebas NO PARAMETRICAS, de igual manera ocurre con la variable compromiso organizacional (CO).

Tabla 2 Prueba de normalidad

Variables	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sing.	Estadístico	gl	Sing.
Responsabilidad Social Empresarial	0.269	207	<0.001	0.795	207	<0.001
Compromiso Organizacional	0.215	207	<0.001	0.889	207	<0.001

3.3. Resultado 3

De acuerdo a la Tabla 3, identificamos nuestra variable independiente (VI) y variable dependiente (VD), con el fin de poder correlacionar de manera adecuada, por lo que la variable independiente es la responsabilidad social empresarial (RSE) y nuestra variable dependiente es compromiso organizacional (CO).

Asimismo, observamos que la variable Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene un coeficiente de correlación de 0.490 con un nivel de significancia <,001, ocurriendo de la misma manera con la variable compromiso organizacional (CO), existiendo una correlación positiva, entre las dos variables, con una fuerza de correlación media.

Tabla 3 Correlación de Variables

			VI	VD
Rho de Spearman	RSE (VI)	Coeficiente de correlación	1,000	,490**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	207	207
	CO (VD)	Coeficiente de correlación	,490**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	207	207

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

3.4. Resultado 4

Para la hipótesis específica N°1

Mediante la tabla 4, la responsabilidad económica cuenta con un coeficiente de correlación de ,348 y una significancia <,001, de igual manera sucede con el compromiso organizacional por lo que quiere decir que si existe una correlación positiva media.

Tabla 4 Relación entre Responsabilidad Económica y Compromiso Organizacional

Rho de Spearman	RE		RE	CO
		Coeficiente de correlación	1,000	,348**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	207	207
	CO	Coeficiente de correlación	,348**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	207	207

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

3.5. Resultado 5

Para la hipótesis específica N°2

Mediante la tabla 5, observamos que la responsabilidad legal cuenta con un coeficiente de correlación de ,370 y una significancia <,001, de igual manera sucede con el compromiso organizacional, por lo que quiere decir que si existe una correlación positiva media.

Tabla 5 Relación entre Responsabilidad Legal y Compromiso Organizacional

Rho de Spearman	RL		RL	CO
		Coeficiente de correlación	1,000	,370**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	207	207
	CO	Coeficiente de correlación	,370**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	207	207

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

3.6. Resultado 6

Para la hipótesis específica N°3,

Mediante la tabla 6, la responsabilidad ética cuenta con un coeficiente de correlación de ,335 y una significancia <,001, de igual manera con el compromiso organizacional, queriendo decir que si existe una correlación positiva media.

Tabla 6 Relación entre Responsabilidad Ética y Compromiso Organizacional

			RE	CO
Rho de Spearman	RE	Coeficiente de correlación	1,000	,335**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	207	207
	CO	Coeficiente de correlación	,335**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	207	207

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

3.7. Resultado 7

Para la hipótesis N°4,

Mediante la tabla 7, la responsabilidad filantrópica teniendo un coeficiente de correlación ,519 y una significancia <,001, de igual manera sucede con el compromiso organizacional por lo que quiere decir que si existe una correlación positiva alta.

Tabla 7 Relación entre Responsabilidad Filantrópica y Compromiso Organizacional

			RF	CO
Rho de Spearman	RF	Coeficiente de correlación	1,000	,519**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	207	207
	CO	Coeficiente de correlación	,519**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	207	207

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

3.8. Discusión

De acuerdo a los resultados mostrados mediante este artículo, existe una correlación directa y positiva entre las variables estudiadas: responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional, ya que se obtuvo una correlación positiva, directa de $r = 0.490$. Dicho resultado concuerda con BERMUDEZ 2013, donde menciona que la responsabilidad social empresarial significa que una empresa cumpla con sus obligaciones jurídicas inherentes a sus actividades y que sea consciente de las necesidades de la sociedad y por lo tanto, en uso de valores éticos, retribuya a la sociedad en puntos medulares que les permitan a sus miembros una mejor calidad de vida. En un estudio realizado por (Salazar, 2022) direccionada a una población compuesta por 110 trabajadores, determino que guarda una relación

significativa equivalente a $r = 0.562$, donde concluye que la responsabilidad social empresarial se relaciona con el compromiso organizacional.

Asi mismo, un estudio realizado por (Yemile Xiomara Huertas Arratea & Melani del Pilar Pumacaji Gutierrez, 2020), menciona que existe correlación estadísticamente significativa, de nivel baja, directa, igual a $r=0.144$, lo que quiere decir que la responsabilidad social empresarial da un mayor compromiso de continuidad para del colaborador (el hecho de pertenecer a una empresa con RSE, permite que el colaborador se identificarse con la organización).

4. Conclusión

Se concluye que la responsabilidad social empresarial tiene un impacto positivo en el compromiso organizacional de los empleados, con una correlación de $r = 0,490$. Este hallazgo resalta la efectividad de prácticas de responsabilidad social empresarial, ya que cuando una empresa se preocupa por su impacto social y ambiental, los empleados tienden a sentirse más motivados y conectados con los valores de la organización. Esto puede traducirse en un mayor compromiso, satisfacción laboral y lealtad hacia la empresa. Además, un entorno laboral que promueve la RSE puede fomentar y contribuir una cultura organizacional más fuerte y alineada con la responsabilidad social.

Se observa que, en relación a los objetivos específicos, la responsabilidad económica de una empresa que gestiona sus recursos de manera responsable ofrece mayor estabilidad laboral, lo que genera confianza y compromiso entre los empleados. Una sólida gestión económica no solo beneficia a la empresa, sino que también crea un entorno que promueve el compromiso y la lealtad de los empleados. Además, la responsabilidad legal de una empresa influye de manera significativa en su compromiso con prácticas éticas y sostenibles. Cuando una empresa se adhiere a las leyes y regulaciones, no solo evita sanciones y multas, sino que también mejora su reputación y confianza entre los consumidores, empleados y socios. Asimismo, la participación en actividades filantrópicas fomenta un sentido de propósito y pertenencia entre sus empleados.

Finalmente se puede concluir que la responsabilidad empresarial y el compromiso organizacional se refuerzan o fortalecen mutuamente, generando un ciclo positivo que beneficia tanto a la empresa como a sus empleados y la comunidad.

5. Recomendación

De acuerdo a los resultados obtenidos, el resultado entre las variables estudiadas entre responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional obtuvo un resultado positivo, por lo que quiere decir que la correlación de dichas variables es favorable para la empresa. Sin embargo, entre los resultados entre ética empresarial y compromiso el resultado no fue tan favorable y se recomienda tener una mayor comunicación asertiva con los colaboradores, al tener un resultado no tan alto de acuerdo a la ética empresarial podemos entender que las responsabilidades dadas no están siendo tomadas de forma correcta. Por lo que la mejor forma de poder mejorar es observando el entorno, el clima laboral, de esta manera promover la igualdad y el respeto entre todos los colaboradores.

Proyecto subvencionado: El proyecto será autofinanciado

6. Referencias Bibliográficas

- Araque Jaimes, D. L., Estepa, J. M. S., & Ana Fernanda Uribe, R. (2017). Connection between internal marketing and organizational commitment in Colombian Technological Development Centers. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 95–101. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>
- Bohnenberger, M. (2005). *Universitat de les Illes Balears Programa de Doctorat d' Economia de l' Empresa Departament d' Economia de l' Empresa*.
- Carroll, A. B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. 6813(July). [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- CENTRUM. (2011). Marketing interno para motivar a los trabajadores. *Strategia*, 6(24), 57–59.
- Garrido-Pinzón, J., Uribe-Rodríguez, A. F., & Blanch, J. M. (2011). Riesgos psicosociales desde la perspectiva de la calidad de vida laboral1. *Acta Colombiana de Psicología*, 14(2), 27–34.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268–279. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.2.268>
- Lahura, E. (2020). El Coeficiente De Correlación Y Correlaciones Espúreas. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 1(2), 274–282.
- Peña Cárdenas, M. C., Díaz Díaz, M. G., Chávez Macías, A. G., & Sánchez Esparza, C. E. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(5), 95–105.
- Rafael, T., Amezcaga, W., Trinidad, M., Medina, Á., Alberto, M., Ramírez, N., Ivonne, D., & Pineda, V. (2016). *Validación de un instrumento para medir la responsabilidad social empresarial en consumidores de México*. December, 77–100. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.29.4>
- Riveros, A. (2019). *Marketing interno, compromiso organizacional y satisfacción laboral de los*

stakeholders primarios de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2019.

Salazar, D. (2022). *Percepción de la responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional de los colaboradores de la Empresa Agropecuaria e Industrias Fafio S.A. Tacna, 2021.*

<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2596/Salazar-Pescio-Dliz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez Trujillo, M. G., & García Vargas, M. de L. E. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia et Technica*, 22(2), 163.

<https://doi.org/10.22517/23447214.11471>

Urich. (1997). *Recursos Humanos Champions*.

Yemile Xiomara Huertas Arratea, & Melani del Pilar Pumacaji Gutierrez. (2020). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS COLABODORADORES DE LA EMPRESA EMEMSA S.A., AREQUIPA, 2019. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>

Araque Jaimes, D. L., Estepa, J. M. S., & Ana Fernanda Uribe, R. (2017). Connection between internal marketing and organizational commitment in Colombian Technological Development Centers. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 95–101. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>

Bohnenberger, M. (2005). *Universitat de les Illes Balears Programa de Doctorat d' Economia de l' Empresa Departament d' Economia de l' Empresa*.

Carroll, A. B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. 6813(July). [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

CENTRUM. (2011). Marketing interno para motivar a los trabajadores. *Strategia*, 6(24), 57–59.

Garrido-Pinzón, J., Uribe-Rodríguez, A. F., & Blanch, J. M. (2011). Riesgos psicosociales desde la

- perspectiva de la calidad de vida laboral¹. *Acta Colombiana de Psicología*, 14(2), 27–34.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268–279. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.2.268>
- Lahura, E. (2020). El Coeficiente De Correlación Y Correlaciones Espúreas. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 1(2), 274–282.
- Peña Cárdenas, M. C., Díaz Díaz, M. G., Chávez Macías, A. G., & Sánchez Esparza, C. E. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 9(5), 95–105.
- Rafael, T., Amezaga, W., Trinidad, M., Medina, Á., Alberto, M., Ramírez, N., Ivonne, D., & Pineda, V. (2016). Validación de un instrumento para medir la responsabilidad social empresarial en consumidores de México. *December*, 77–100. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.29.4>
- Riveros, A. (2019). *Marketing interno, compromiso organizacional y satisfacción laboral de los stakeholders primarios de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2019*.
- Salazar, D. (2022). *Percepción de la responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional de los colaboradores de la Empresa Agropecuaria e Industrias Fafio S.A. Tacna, 2021*. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2596/Salazar-Pescio-Dliz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez Trujillo, M. G., & García Vargas, M. de L. E. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia et Technica*, 22(2), 163. <https://doi.org/10.22517/23447214.11471>
- Ulrich. (1997). *Recursos Humanos Champions*.
- Yemile Xiomara Huertas Arratea, & Melani del Pilar Pumacaji Gutierrez. (2020). RESPONSABILIDAD

SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS COLABODORADORES DE LA EMPRESA EMEMSA S.A., AREQUIPA, 2019. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>

Alvarado, A. (2007) 'Marketing y responsabilidad social empresarial: un mapa de investigación', *Teoría y Praxis*, 4(4), pp. 113–148. Available at: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929456>.

Alvarado, A. and Schlesinger, M. (2008) 'Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carrol.', *Estudios Gerenciales*, 24(108), pp. 37–59. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70043-3).

Amato, C., Buraschi, M. and Peretti, M. (2016) 'Orientación de los empresarios de Córdoba-Argentina hacia la sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial: Identificación de variables asociadas a cada constructo.', *Contaduría y Administración*, 61(1), pp. 84–105. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.10.001>.

Aranda, J.P. (2016) *Valoración de la responsabilidad social empresarial (RSE) por la demanda hotelera*. Universitat Jaume. Available at: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10803/395950>.

Argandoña, A. (2012) '¿Qué es y qué no es la responsabilidad social?', *IESE Occasional Papers*, 21, pp. 100–199. Available at: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-0199.pdf>.

Cajiga, J. (2014) 'El concepto de la responsabilidad social empresarial.', *Revista de la Asociación Argentina de Derecho Administrativo*, pp. 7–8. Available at: <https://doi.org/10.14409/aada.v0i14.4434>.

Camacho, J. (2015) 'Las normas de la responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas.', *Revista Latinoamericana De Derecho Social*, pp. 3–29.

Canesa, G. and García, E. (2005) *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo*, Peru 2021 Publications.

Carroll, A. (1991) 'The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders.', *Business Horizons*, 34(4), pp. 39–48. Available at: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G).

Cuevas Moreno, R. (2010) 'Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio', *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 19(1), pp. 7–26. Available at: <https://doi.org/10.18359/rfce.2258>.

Cuevas, R. (2009) 'Ética y responsabilidad social de la empresa: Su concepción del hombre.', *Polis (Santiago)*, 8(23), pp. 323–349. Available at: <https://doi.org/10.4067/s0718-65682009000200015>.

Currás, R. and Bigne, E. (2008) '¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intencion de compra? el papel de la identificación del consumidor en la empresa.', *Universia business review*, (19), pp. 10–23.

Díaz, C. and Fernández, J. (2016) 'Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico.', *Revista Empresa y Humanismo*, 19(2), pp. 69–118. Available at: <https://doi.org/10.15581/015.xix.2.69-118>.

Duque, Y., Cardona, M. and Rendón, J. (2013) 'Responsabilidad social empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones.', *Cuadernos de Administración*, 29(50), pp. 196–206. Available at: <https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55>.

Espitia Cubillos, A.A. (2015) 'La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas Corporate social responsibility (CSR) as a strategic element in colombian MSMEs', *Ingenieria Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, IV, pp. 75–84.

Fernández, A. *et al.* (2016) *Responsabilidad social, ética empresarial y gestión de la diversidad.*, Fundación Cepaim en Valencia. Available at: <http://cepaim.org/wp-content/uploads/2017/10/Modulo-02-CEPAIM-Reedición-2016.pdf>.

Gómez, B. and Martínez, R. (2016) 'Responsabilidad social corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial', *Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*, 12(22), pp. 33–50. Available at: <https://doi.org/10.22395/angrv14n28a2>.

Hernández, N. *et al.* (2019) 'Dimensiones de la responsabilidad social empresarial: Caso empresa procesadora de productos lácteos.', *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 12(1), pp. 69–78.

Hurtado-Arrieta, M. (2017) *BASES CONCEPTUALES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL. UNA VISIÓN DE IMPLICACIÓN, SEGÚN MEYER Y ALLEN, Y SU MEDICIÓN EN DOS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL DE PIURA*. Available at:

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2883/AE_291.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Laurent, A. (2013a) 'Relaciones Públicas y Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en Costa de Marfil : Un análisis del sector de la telefonía móvil según el modelo Carroll (1991) Actas – V Congreso Internacional Latina de Comunicación', pp. 1–25.

Laurent, A. (2013b) 'Relaciones públicas y responsabilidad social corporativa (RSC) en costa de marfil : un análisis del sector de la telefonía móvil según el modelo Carroll (1991).', *Congreso Internacional Latina de Comunicación*, 13(9), pp. 1–25.

Madueño, J.H., Jorge, M.L. and Martínez-Martínez, D. (2013) 'Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica', *Cuadernos de Gestion*, 13(2), pp. 39–65. Available at: <https://doi.org/10.5295/cdg.120360jh>.

Mendoza, M., Hernández, A. and García, M. (2013) 'Responsabilidad social', *Contribuciones a la economía*, pp. 1–19.

Molina, V., Quesada, J. and Ruiz, I. (2011) 'Contexto de evolución conceptual de la rsc en Colombia. Propuesta de un sistema econométrico de medición de índices de rsc en las pymes Colombianas.', *Saber, ciencia y libertad*, 6(2), pp. 19–33.

Navarro, G., Rubio, V., Lavado, Sofía, *et al.* (2017) 'Razones y propósitos para incorporar la responsabilidad social en la formación de personas y en organizaciones de Latinoamérica', *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 11(2), pp. 51–72. Available at: <https://doi.org/10.4067/s0718-73782017000200005>.

Navarro, G., Rubio, V., Lavado, Sofia, *et al.* (2017) 'Razones y Propósitos para Incorporar la Responsabilidad Social en la Formación de Personas y en Organizaciones de Latinoamérica.', *Revista latinoamericana de educación enclusiva*, 11(2), pp. 51–72.

Navarro García, F. (2012) 'Responsabilidad social corporativa :teoría y práctica', *Libros profesionales de empresa*, 2^a act, re, p. 447. Available at: <https://doi.org/10.1088/0964-1726/23/2/025030>.

Parada, A., Rodríguez, R. and González, E. (2013) 'Valoración de la RSC por el consumidor y medición de su efecto sobre las compras.', *RAE-Revista de Administração de Empresas*, pp. 67–79. Available at: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034%0Ahttp://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020140107>.

Razeg, F.C. (2010) 'Corporate social responsibility: From the concept to the practice', *Estudios Gerenciales*, 26(117), pp. 119–130. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70137-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70137-6).

Rubio, G. and Fierro, F. (2016) 'La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas', *Administración y Desarrollo*, 46(2), p. 160. Available at: <https://doi.org/10.22431/25005227.77>.

Salazar, A.L., Soto, R.C. and Sánchez, R.M. (2011) 'Corporate social responsibility is a strategy for competitiveness in the food sector', *Cuadernos de Administracion*, 24(43), pp. 261–283.

Salgado, P.M. and Hernández, P.G. (2007) 'La responsabilidad social en empresas del valle de toluca (méxico). un estudio exploratorio', *Estudios Gerenciales*, 23(102), pp. 119–135. Available at: [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(07\)70005-0](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(07)70005-0).

Sampieri, R., Pilar, M. and Fernández, C. (2014) *Metodología de la investigación*.

Sarmiento, S. (2011a) 'La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas.', *Dimensión empresarial*, 9(2), pp. 6–15.

Sarmiento, S. (2011b) 'La Responsabilidad Social Empresarial : gestión estratégica para la supervivencia de las empresas *', 9(2), pp. 6–15.

Sen, S. and Cowley, J. (2013) 'The Relevance of Stakeholder Theory and Social Capital Theory in the Context of CSR in SMEs: An Australian Perspective', *Journal of Business Ethics*, 118(2), pp. 413–427. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1598-6>.

Vélez, X. and Cano, E. (2016) 'Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas.', *Dominio de las ciencias*, 2(Diciembre), pp. 117–126.

Vera, L.D. and Peláez, D. (2013) 'Análisis de los dominios ético, legal y económico de la responsabilidad social empresarial: un caso empresarial.', *Civilizar*, 13(25), pp. 85–102. Available at: [/scielo.php?script=sci_arttext&pid=&lang=pt](https://scielo.php?script=sci_arttext&pid=&lang=pt).

Villafán, K. and Ayala, D. (2012) 'Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad', *Contaduría y Administración*, 59(4), pp. 223–251. Available at: [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(14\)70161-5](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(14)70161-5).

Wendlandt, T. et al. (2016) 'Validación de un instrumento para medir la responsabilidad social empresarial en consumidores de México', *AD-minister*, 1(29), pp. 79–100. Available at: <https://doi.org/10.17230/ad-minister.29.4>.

Yucra, Y. (2016) 'La responsabilidad social empresarial del sector de los medios de comunicación de la Ciudad de Puno', *Revista de Investigaciones altoandinas*, 18(4), p. 497. Available at: <https://doi.org/10.18271/ria.2016.242>.

7. Anexos

7.1. Evidencia de sumisión de artículo en revista de prestigio

Acuse de recibo de envío

 JE

Jorge Cueva Estrada <revistaretos@ups.edu.ec>

Para:  gianchavez

  ...

Jue 31/10/2024 11:17

Gian Franco Chavez Arroyo Huachuvilca:

Gracias por enviar el manuscrito, "Responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional de la inmobiliaria Pajuelo 2024" a Retos. Con nuestro sistema de gestión de revistas en línea, podrá iniciar sesión en el sitio web de la revista y hacer un seguimiento de su progreso a través del proceso editorial:

URL del manuscrito:
<https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/authorDashboard/submission/9586>

Nombre de usuario/a: gianchavez

En caso de dudas, contacte conmigo. Gracias por elegir esta revista para publicar su trabajo.

El siguiente mensaje se está enviando a nombre de Retos.

-

 Responder

 Reenviar

7.2. Copia de la resolución de inscripción del perfil del proyecto de tesis en formato artículo aprobado por el consejo de facultad correspondiente.



"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las Heroicas Batallas de Junín y Ayacucho"

RESOLUCIÓN N° 223A-2024/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 15 de mayo de 2024

VISTO:

El expediente, de (del) la (las, los) bachiller(es): **Gian Franco Chavez Arroyo Huachuvilca**, identificado(a) con código universitario N° 201711609 y **Brigitte Xiomara León Loaiza**, identificado(a) con código universitario N° 201710076, de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión.

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la aprobación e inscripción del perfil de proyecto de tesis en formato artículo y la designación o nombramiento del asesor para la obtención del título profesional;

Que **Gian Franco Chavez Arroyo Huachuvilca** y **Brigitte Xiomara León Loaiza**, ha(n) solicitado la inscripción del perfil de proyecto de tesis titulado: *"Responsabilidad Social Empresarial Y Compromiso Organizacional De La Inmobiliaria Pajuelo 2024"*, y la designación del Asesor, encargado de orientar y asesorar la ejecución del perfil de proyecto de tesis en formato artículo;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 15 de mayo de 2024, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad.

SE RESUELVE:

Aprobar la inscripción del perfil de proyecto de tesis en formato artículo (Art. 52.4), DESIGNAR el ASESOR (Art. 53), docente experimentado en investigación, con conocimiento en la temática de estudio, metodología de investigación, el cual es NOMBRADO PARA MONITOREAR, GUIAR, ORIENTAR Y SUPERVISAR la ejecución del perfil de proyecto de tesis, asimismo, se les dispone un plazo máximo de doce (12) meses para la ejecución (Art. 54).

Tesistas	Código	CP	Título	Asesor	Dictaminadores
Gian Franco Chavez Arroyo Huachuvilca	201711609	Administración y Negocios Internacionales	"Responsabilidad Social Empresarial Y Compromiso Organizacional De La Inmobiliaria Pajuelo 2024"	Mtro. David Junior Elias Aguilar Panduro	Dictaminador 1: Rosalia Gladys Morales Rivera
Brigitte Xiomara León Loaiza	201710076				Dictaminador 2: Mg. Ricardo Elias Jarama Soto

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dra. Maritza Soledad Arana Rodriguez
DECANA



Dra. Karina Elizabeth Paredes Abanto
SECRETARIA ACADÉMICA

7.3. Instrumento de recolección de datos.

¿Cuál es su edad?	
¿Cuál es su género?	
Grado de escolaridad:	
Ocupación	
Tipo de urbanización en donde vive	
Maximizar las ganancias	V1
Controlar estrictamente sus costos de producción	V1
Planear el éxito a largo plazo	V1
Mejorar siempre los resultados económicos	V1
Asegurarse de que sus empleados actúan dentro de los estándares definidos por la ley	V1
Cumplir con sus obligaciones contractuales	V1
Evitar infringir la ley, incluso si esto ayuda a mejorar el rendimiento	V1
Respetar siempre los principios definidos por el sistema regulatorio	V1
Cumplir con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico	V1
Asegurar el respeto a los principios éticos tiene prioridad sobre el desempeño económico	V1
Estar comprometidos con principios éticos bien definidos	V1
Evitar comprometer los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos	V1
Ayudar a resolver problemas sociales	V1
Participar en la gestión de los asuntos públicos	V1
Destinar parte de sus recursos a las actividades filantrópicas	V1
Desempeñar un papel importante en nuestra sociedad más allá de la pura generación de beneficios	V1
Me gustaría continuar el resto de mi carrera profesional en esta organización	V2
Siento de verdad que cualquier problema en esta organización es también mi problema	V2
Trabajar en esta organización significa mucho para mí	V2
En esta organización me siento como en familia	V2
Estoy orgulloso de trabajar en esta organización	V2
No me siento emocionalmente unido a esta organización	V2
Me siento parte integrante de esta organización	V2
Creo que no estaría bien dejar esta organización aunque me vaya a beneficiar en el cambio.	V2
Creo que debo mucho a esta organización	V2
Esta organización se merece mi lealtad	V2
No siento ninguna obligación de tener que seguir trabajando para esta organización	V2
Me sentiría culpable si ahora dejara esta organización	V2
Creo que no podría dejar esta organización porque siento que tengo una obligación con la gente de aquí	V2
Si continúo en esta organización es porque en otra no tendría las mismas ventajas y beneficios que recibo aquí	V2
Aunque quisiera, sería muy difícil para mí dejar este trabajo ahora mismo	V2
Una de las desventajas de dejar esta organización es que hay pocas posibilidades de encontrar otro empleo	V2
Si ahora decidiera dejar esta organización muchas cosas en mi vida personal se verían interrumpidas	V2
En este momento, dejar esta organización supondría un gran costo para mí	V2
Creo que si dejara esta organización no tendría muchas opciones de encontrar otro trabajo	V2
Actualmente trabajo en esta organización porque necesito y no porque quiero	V2
Podría dejar este trabajo, aunque no tengo otro a la vista	V2