



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional
en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración en Negocios – MBA

AUTORA:

Cruz Lezama, Diana Teresa (orcid.org/0000-0002-5991-4718)

ASESORES:

Dr. Sanchez Diaz, Sebastian (orcid.org/0000-0002-0099-7694)

Dr. Farfan Pimentel, Johnny Felix (orcid.org/0000-0001-6109-4416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024

Dedicatoria

A mis pequeños Panda y Thor, el motor de mi corazón para no desistir, porque estuvieron cuando más los necesite y contribuyen a diario para que sea una mejor versión mía. Para la mujer que ha sido fuente de inspiración en cada paso, quien me ha enseñado a no rendirme y quien me recuerda que la fortaleza viene desde el corazón.

Agradecimiento

A mi núcleo familiar, Lufe, La y George quienes están en todo momento para mí. A mi cómplice de aventuras, José, quien bajo su esencia espontanea me recuerda las razones suficientes para sonreír ante cada adversidad y finalmente a Isa de quien aprendí y obtuve soporte para el desarrollo de la presente investigación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SANCHEZ DIAZ SEBASTIAN, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023", cuyo autor es CRUZ LEZAMA DIANA TERESA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 20 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SANCHEZ DIAZ SEBASTIAN DNI: 09834807 ORCID: 0000-0002-0099-7694	Firmado electrónicamente por: SSANCHEZDI el 27- 12-2023 18:33:54

Código documento Trilce: TRI - 0702302



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CRUZ LEZAMA DIANA TERESA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
DIANA TERESA CRUZ LEZAMA DNI: 72927395 ORCID: 0000-0002-5991-4718	Firmado electrónicamente por: DCRUZLE97 el 20-12- 2023 13:48:31

Código documento Trilce: TRI - 0702305

Índice de contenidos

Cáratula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	iv
Declaratoria de autenticidad del autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	vii
Resumen.....	ix
Abstract	x
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	5
III.METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra y muestreo y unidad de análisis	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV.RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN	35
VI.CONCLUSIONES.....	41
VII.RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS	43
ANEXOS	52

Índice de tablas

Tabla 1: Juicio de expertos de los instrumentos	19
Tabla 2: Frecuencia y porcentaje de la variable Responsabilidad social.....	19
Tabla 3: Frecuencia de la dimensión Aspectos internos.....	20
Tabla 4: Frecuencias de la dimención Aspectos externos.....	20
Tabla 5: Frecuencia de la variable Compromiso organizacional	21
Tabla 6: Frecuencia de la dimensión Compromiso afectivo	21
Tabla 7: Frecuencias de la dimensión Compromiso continuo.....	23
Tabla 8: Frecuencia de la dimensión Compromiso normativo	24
Tabla 9: Tabla cruzada entre Responsabilidad social corporativa y Compromiso organizacional	24
Tabla 10: Tabla cruzada entre Responsabilidad social corporativa y Compromiso afectivo	25
Tabla 11: Tabla cruzada entre Responsabilidad social corporativa y Compromiso continuo	25
Tabla 12: Tabla cruzada entre Responsabilidad social corporativa y Compromiso normativo	26
Tabla 13: Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional.....	27
Tabla 14: Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional	28
Tabla 15: Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo	29
Tabla 16: Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo	30
Tabla 17: Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo	31
Tabla 18: Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo	32
Tabla 19: Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo	33

Tabla 20: Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo	34
---	----

Resumen

La investigación tuvo como propósito fue determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023. El tipo de investigación fue de básica de nivel explicativa, enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, corte transversal – correlacional causal. Por lo cual, se consideró una muestra de 92 colaboradores que laboran en agencias de viajes que operan actividades en la ciudad de Ica. Mientras que el muestro fue probabilístico aleatorio simple, la técnica empleada para la recopilación de datos fue el cuestionario, el cual ha sido validado por un juicio de expertos. estableciendo su confiabilidad a través del estadístico Alfa de Cronbach que demuestra alta confiabilidad. De acuerdo los resultados se arribaron que el 44.6% de responsabilidad social corporativa es regular y el 47.8% indicaron que el compromiso organizacional está en un nivel medio. Se concluyó que el coeficiente de Nagelkerke, evidencia que el compromiso organizacional depende al 51.4% de la responsabilidad social corporativa ($P_{valor} < 0.05$). De lo que se infiere que existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa, Compromiso organizacional, Turismo.

Abstract

The purpose of the research was to determine the influence of corporate social responsibility on organizational commitment in travel agencies in the city of Ica, 2023. The type of research was basic, explanatory level, quantitative approach, non-experimental design, cutting transversal – causal correlational. Therefore, a sample of 92 collaborators who work in travel agencies that operate activities in the city of Ica was considered. While the sample was simple random probabilistic, the technique used for data collection was the questionnaire, which has been validated by expert judgment. establishing its reliability through the Cronbach's Alpha statistic that demonstrates high reliability. In agreement, the results showed that 44.6% of corporate social responsibility is regular and 47.8% indicated that organizational commitment is at a medium level. It concluded that the Nagelkerke coefficient shows that organizational commitment depends 51.4% on corporate social responsibility (Pvalue < 0.05). From which it is inferred that there is influence of social responsibility on organizational commitment in travel agencies in the city of Ica, 2023.

Keywords: Corporate social responsibility, Organizational commitment, Tourism.

I.INTRODUCCIÓN

A escala global se ha comprobado que el 87% de los colaboradores no se sienten comprometidos según la encuesta de Tendencias en Beneficios realizada en el año 2019. Mientras que Oxford Economics confirmó que solo el 13% de sus trabajadores indicaron estar comprometidos (WTW, 2021). La confianza incrementa el compromiso organizativo, el compromiso de las personas con la empresa hace que el equipo este mucho más comprometido afectivamente con la organización (Zambrano et. al., 2022). El hecho de que los colaboradores se encuentren satisfechos tiene relación directa con el compromiso afectivo y representa 4.76% mayor la posibilidad del compromiso con la empresa (Quispe & Paucar, 2019). Sin embargo, el compromiso global de los colaboradores durante el 2019 hasta el año 2022 ha decaído del 67% hasta el 62% (Kincetric, 2022).

Respecto a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), surge a partir de la globalización y el desarrollo de los entornos empresariales y su importancia dada desde el siglo XXI, teniendo en cuenta sus tres dimensiones: económica, social y medioambiental (Rodríguez & Franco 2019). Asimismo, la reputación de una organización es conceptualizada por ítems que fortalezcan su identidad, siendo reconocido como esfuerzos para potenciar su reputación es mediante actividades filantrópicas o que conlleven a un impacto positivo (Tangngisalu et al., 2020).

Por otro lado, según Ahmad et al. (2023) en el sector turístico se ha adoptado el concepto de RSC como pieza clave en el desarrollo de sus actividades. Esto debido al valor significativo que aporta considerando la conservación del medio ambiente, las prácticas laborales equitativas y el desarrollo socioeconómico que promueve la actividad turística en comunidades locales. Además, es importante reconocer que, la industria del turismo ha considerado con mayor relevancia las prácticas de RSE, debido que la actividad depende de los recursos humanos y naturales (Madanaguli et al., 2022). Sin embargo, en Perú se ha reflejado únicamente que, el 5% de las organizaciones ejecutan gestiones RSC (Gestión, Management & Empleo, 2019).

El estudio acerca de la responsabilidad social corporativa en EL RUBRO turístico cobra mayor relevancia por el impacto que este genera. Asimismo, en el año 2022 el sector contribuyó con el 7.6% al PIB de Latinoamérica, teniendo un crecimiento del 34% y para el año 2023 se estima un crecimiento del 7.9% (World Travel & Tourism Council, 2023). Por ejemplo, en Colombia la actividad turística representa el 3,8% del PBI nacional, considerando al rubro gastronómico como el segundo más importante para el país (Tellez y Ramos, 2022). A pesar de las dificultades en los últimos años para el turismo, donde en el año 2020 tuvo una contracción global del 3,4% se prevé que el rubro crezca en un 3,5% económicamente mundial durante el año 2023 (World Tourism Organization, 2022).

Mientras que, en el contexto nacional no es ajeno al desarrollo económico en la actividad turística. En Perú, actualmente representa el 2,2% del PBI siendo la mitad de la cifra que se tenía antes de pandemia (Ministerio de Economía y Finanzas, 2023). Sin embargo, la actividad turística también genera un impacto negativo, los medios de transporte representan el 75% total de emisiones contaminantes, siendo la mitad de dicha cifra proveniente del CO₂ por el transporte aéreo (Nadal, 2022). Asimismo, parte de los atractivos turísticos han sido afectados por los cambios climáticos y contaminación ambiental. Al norte de Perú, más de 16 playas contienen en más del 50% plástico, se estima que para el 2050 habrá más plástico que fauna marina (Raffo, 2020).

Por ello, se considera que el turismo es una fuente socioeconómica significativa. Solo en Perú se generan aproximadamente 1 millón 300 mil empleos generados por dicha actividad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021). Mientras que, a nivel mundial, el rubro turístico contribuyó con 289 millones de empleos, incrementando en un 6,7% en el año 2021 (Forbes, 2022). No obstante, la actividad turística cumple un rol importante en el impacto que este genera, Pascal, presidente del comité afirmó que el compromiso de la actividad turística va es mucho más que acciones simbólicas de la responsabilidad social corporativa (World Tourism Organization, 2020).

De ese modo, la responsabilidad social corporativa dentro del rubro turístico puede reducir la necesidad de préstamos y financiación pública, inversión que podría ser destinada a otra necesidad (Lyssimachou y Bilinski, 2023). Investigaciones muestran que la innovación y razones económicas tienen efectos

positivos sobre el compromiso de las empresas con RSC, mientras que la escasa colaboración con agentes públicos o privados tienen efectos negativos dado que el sector turístico está regulado y depende de ello para reducir barreras por lo cual es fundamental desarrollar un turismo responsable (González, Talavera y Calero, 2023). Por lo cual, es importante resaltar la significancia de la RSC para garantizar una ventaja competitiva en un sector dinámico y rápida evolución como el turismo que bajo dicho contexto también mejora la promoción del rubro ya que fomenta una psicología conductual positiva en los consumidores (Naveed, Aqeel y Irfan, 2023).

De tal manera, si las empresas no desarrollan las prácticas de responsabilidad social corporativa tendrán un impacto negativo en la ejecución de sus actividades y por supuesto fomentando el ausentismo de la actividad turística. En ese sentido, para atenuar la problemática se pretende hacer aportes en las recomendaciones a través del trabajo de investigación titulado Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023.

Por lo expuesto se planteó el problema general: ¿Cuál es la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023? En tal sentido, se mencionó los problemas específicos: (a) ¿Cuál es la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo?, (b) ¿Cuál es la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo?, (c) ¿Cuál es la influencia de la responsabilidad social corporativa en compromiso normativo?

La investigación pudo ser justificada teóricamente, debido al análisis y el proceso de indagación permitió recopilar fuentes confiables que brindan las teorías, y enfoques con el objetivo de enriquecer el conocimiento acerca de la importancia de las variables de estudio. Cabe resaltar, que las investigaciones generan un aporte teórico y científico en el campo cuando se propone, modifica o genera aporte significativo en el campo (Hernández, 2018). Asimismo, la justificación práctica se basó en investigar la presencia de una correspondencia a la responsabilidad social corporativa y compromiso organizacional para que permita discutir aspectos relacionados para desarrollar cambios importantes, que contribuyen en las prácticas de RSC, brindar un mejor servicio turístico, para lograr un ambiente favorable donde se promueva el compromiso organizacional. En cuanto a la

justificación Desde el punto de vista metodológico, la investigación se realizó utilizando un enfoque cuantitativo, empleando la encuesta como técnica para ambas variables. Mientras que la validez y confiabilidad fueron indagadas. Por último, la justificación social se basa en el aporte que la presente investigación generará para futuras investigaciones que tengan como propósito evidenciar problemáticas socioeconómicas y planes que contribuyan a un mejor impacto.

De la misma forma, se detalló el objetivo general: Determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023. En tal sentido, se señaló los objetivos específicos: (a) Determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo, (b) Determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo y (c) Determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo.

Igualmente, la hipótesis general Hg. Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023. De este modo, se mencionó las hipótesis específicas: H.E.1. Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo H.E.2. Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo y H.E.3. Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro de los contextos internacionales previos se destaca Hong et. al. (2023) tuvieron como objetivo examinar Si hay una conexión entre las variables analizadas, las cuales fueron responsabilidad social de las empresas (RSC) y el comportamiento de los colaboradores al momento de compartir sus conocimientos. Para lo cual, se recopiló la información de 204 empleados surcoreanos igual o menores de 20 años mediante una plataforma de cuestionarios online. De tal modo, se aplicó un muestreo aleatorio estratificado con el objetivo de minimizar el posible sesgo muestreo. Los resultados del estudio brindaron pruebas convincentes de que las actividades de RSC practica un impacto positivo en la conducta de los colaboradores al momento de compartir conocimientos, percibido como el compromiso organizativo, como también el desempeño del clima ético entre la relación de la RSC y el apoyo organizativo.

Torres et al. (2023) desarrollaron una investigación donde el propósito fue precisar la forma en la que ha evolucionado la producción investigativa académica de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los casos de emprendimiento en el rubro turístico. En ese sentido, se empleó el análisis bibliométrico para analizar publicaciones científicas. Además, la información recopilada fue exportada en archivo de Sistema de información de investigación (RIS) y luego se realizó el análisis correspondiente en VOSviewer en la versión 1.6.1.7. desarrollando un análisis de coocurrencia. En tal sentido, los resultados permitieron evidenciar el crecimiento de la evolución investigativa respecto a la responsabilidad social corporativa en el año 2022, con un incremento del 28,56% mientras que la producción científica sobre emprendimientos turísticos experimento un incremento del 74,28% durante el 2022. Por lo que, se obtuvo como conclusión que la responsabilidad social deberá transformarse en una estrategia que conduzca a la solución de los conflictos originados por el exceso número turistas, terminología también empleada como overtourism, por su definición en ingles que traduce la invasión de turistas de una forma insostenible, lo cual hace referencia a la demanda de turistas en crecimiento continuo que conduce a otros problemas sociales o medioambientales.

Oh Han & Park (2021) Llevaron a cabo una investigación con el propósito de examinar la relación existente según la percepción de los trabajadores en la industria hotelera de Corea sobre la responsabilidad social de sus empresas, sus motivaciones intrínsecas y su compromiso organizativo. Para lo cual, se sometieron 310 colaboradores hoteleros en Corea del Sur. La estructura del estudio se definió con el fin de identificar la mediación y el impacto de la motivación intrínseca sobre la percepción que tienen los colaboradores entre la RSC y el compromiso organizativo, la información fue recolectada mediante un cuestionario en línea. y se utilizó el macro proceso de Hayes como herramienta de análisis. Por lo cual, el resultado del estudio contribuirá de manera significativa a la literatura actual respecto a la RSC, se concluyó que la relación entre clientes y RSC podría ofrecer una imagen más pertinente del papel que desempeña ello con la organización.

Wang et al. (2020) tuvieron como propósito investigar las acciones de RSC llevadas a cabo en el rubro hotelero a nivel internacional que cuenta con operaciones en China y sus impactos en los colaboradores. residentes de dicho país. Además, la investigación desarrolló una escala de métricas de RSE que se basó en informes de RSE mediante una revisión bibliográfica. Y posteriormente, se puso a prueba el formato PLS- SEM, fases de investigación cualitativa y cuantitativa de 2.451 colaboradores chinos. Los resultados confirmaron los efectos significativos de las prácticas de RSC de las cadenas hoteleras y la participación, compromiso y satisfacción laboral.

Nguyen et al. (2020) llevaron a cabo una investigación donde el propósito investigativo ha sido el análisis del efecto de la responsabilidad social empresarial (RSC) sobre el compromiso organizativo (CO) mediante la confianza organizativa. Para lo cual se hizo uso de una muestra de 289 familias involucradas. De esa forma, los resultados evidenciaron que la confianza en la organización y la identificación organizativa en Vietnam entre RSC y CO en empresas farmacéuticas vietnamitas. En función a ello, la investigación concluyó que la identidad organizativa afecta a los resultados empresariales de las empresas, además la investigación y la construcción de modelos de los componentes de la RSC y el involucramiento de los colaboradores con la vinculación con la empresa influye en las consecuencias empresariales de las empresas en función de las variables intermedias de identificación organizativa.

Badawi et al. (2022) buscaron como objetivo analizar la conexión entre la RSC percibida con la reputación de la empresa, el compromiso organizativo y la intención de compra. La investigación tuvo enfoque cuantitativo y tuvo una muestra de 310 colaboradores de la industria cementera en Indonesia. Asimismo, dicho análisis fue desarrollado mediante un modelo diseñado con base de ecuaciones estructurales con el programa SmartPLS. De tal modo, los resultados mostraron que la RSC percibida influye significativamente en la reputación corporativa, el compromiso organizativo y la intención de compra. Además, también se comprobó que en efecto, se presencia una influencia significativa de la reputación corporativa y el compromiso organizativo en la intención adquisición o compra. Por último, la investigación concluye en que los fondos emitidos por las compañías en forma de RSC podrán proporcionar mayores beneficios y más aún a largo plazo.

Revuelto et al. (2021) tuvo como propósito explotar y explicar por qué y cómo se produce la interacción entre Papel estratégico de las Prácticas laborales (HCWP) y la sostenibilidad corporativa (CS). Por lo cual, se empleó una metodología cualitativa, utilizando un único caso de estudio para explicar la interacción que existe entre las variables mencionadas. En ese sentido, para analizar la información recopilada se hizo uso el programa Atlas.ti8., donde los resultados mostraron como la interacción fomenta nuevas iniciativas organizativas socialmente responsables que ayudan a la organización tener una posición mucho más competitiva frente a la competencia a través del comportamiento innovador de sus colaboradores.

Por otro lado, se presenta los antecedentes nacionales según Zeler et al. (2022) desarrollaron una investigación que tuvo como objetivo analizar cómo las empresas responsables del rubro energético español proyectan sus acciones y prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC) durante el periodo de pandemia vía Twitter. Para lo cual, la investigación evalúa la actividad, los temas y una perspectiva comunicativa de los mensajes de RSC posteados durante dicho periodo de crisis pandémica. Asimismo, la metodología empleada estuvo basada en el análisis de contenido, mientras que hubo una muestra de tuits mediante una selección de doce meses durante el 2020 y 2021, conformando una muestra de 3,154 tuits. Teniendo como resultado que casi el 50% (46,7%, N= 1.479) del total de tuits son referente a mensajes de RSC de las empresas del sector mencionado

mientras que el (53%, N= 1.676) corresponde a otras actividades de la actividad corporativa en el contexto organizacional sectorial.

Asimismo, Sánchez et al. (2021) En el trabajo realizado se tuvo la intencionalidad de realizar un abordaje investigativo que brinde luces entre los constructos liderazgo democrático en consonancia con el compromiso organizacional hecho que es relevante para poder esgrimir los factores inherentes al estudio; en ese sentido se demuestra de manera positiva la existencia de una covariancia relacional entre los constructos, por ello cabe destacar que el estudio se realizó en un contexto de la amazonia peruana y se empleó un tratamiento de análisis cuantitativo y transversal. La metódica que se empleó fue de carácter básico, utilizando un instrumento de recojo de datos constituida por un conjunto de ítems de 44 preguntas bajo una escala de tipo Likert en esta se utilizó la colaboración de 137 sujetos. Cabe manifestar que, se logró establecer una correlación de $r_s = 0.819$. En esa línea de pensamiento se debe generar condiciones para optimizar los procesos a nivel organizacional considerando como un factor determinante el nivel de compromiso de los colaboradores; en tal sentido se debe de implementar mecanismos organizacionales que brinden soporte al desarrollo de las actividades que se generan en una dirección regional de comercio exterior, en tal sentido el estudio permite una perspectiva amplia para la toma de decisiones a nivel institucional. Esto subraya la idea de que mantener un liderazgo democrático insatisfactorio afecta directamente el compromiso del personal, resaltando que una calidad positiva en el liderazgo democrático se traduce en un compromiso organizacional igualmente positivo.

Por otro lado, Gutierrez (2023) se ha desarrollado una investigación donde se evaluó la conexión del ambiente laboral y el compromiso organizacional del equipo de trabajo del rubro agrario. Para abordar esta cuestión, se consideró un enfoque cuantitativo y de diseño descriptivo correlacional no experimental. Mientras que la recolección de datos se llevó a cabo mediante encuestas aplicadas a 102 sujetos, utilizando un muestreo censal. Asimismo, se empleó dos instrumentos que fueron evaluados de modo anticipado. Los resultados evidenciaron que, en efecto existe una correlación de Spearman de 0,706 entre ambas variables, indicando una relación positiva fuerte. Esto implica que a medida que mejora el clima laboral, también se incrementa el compromiso organizacional. Además, se descubrió que

las dimensiones específicas del clima laboral presentan una correlación positiva moderada con el compromiso organizacional.

La presente investigación ha examinado teorías fundamentales que contribuyan al entendimiento del desarrollo. En este sentido, Guadalupe, et al. (2023), argumenta que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) adopta una perspectiva empresarial que motiva a las organizaciones a asumir la responsabilidad por el impacto de sus actividades en la sociedad, el medio ambiente y otros actores involucrados. Así también, Briones, et. al. (2023) afirmaron que la RSC toma cada vez más presencia a nivel global, especialmente en países avanzados o en proceso de desarrollo, dichas empresas ponen en práctica estrategias de globalización e internacionalización en búsqueda de nuevos mercados y su eficiencia.

Asimismo, Fernández et al. (2023) señaló que la (RSC) es una manera de conducir a las organizaciones en base a la gestión de los impactos que generan las actividades económicas que involucra a sus clientes, colaboradores, ciudadanos o participantes locales, medioambiente y accionistas. Además, Zaki et al. (2023) sostuvieron que la RSC considera una herramienta útil en el esfuerzo de una empresa para maximizar los beneficios que involucra la contribución social.

Mientras que Hermawan et al. (2023) manifestaron que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una forma de participación y contribución de actividades sociales externas, que tienen como propósito la reducción de problemas sociales: desigualdad, medio ambiente, economía y otros que finalmente tienen como consecuencia la mejoría del PBI mundial.

En el mismo sentido, Socorro et al. (2023) desarrolló el concepto de corresponsabilidad como pilar de la RSC, involucrando a los grupos sociales, lo cual involucró a dos tipos de responsabilidad social: Responsabilidad social individual (ISR) y Responsabilidad social grupal (GSR), complementando las acciones sociales y el impacto que tienen las empresas con responsabilidad social.

Así como también, Reyes et al. (2022) indicaron que la actividad socialmente responsable permitirá a la empresa poder contribuir a la sustentabilidad, mayor participación en el mercado, beneficios económicos, pero también lograr los objetivos organizacionales generando valor y presencia ante sus competidores.

Por lo cual, Ramírez et al. (2022) desarrollaron un modelo de indicadores de dimensiones para el estudio de RSC, el autor considera la importancia de dichos indicadores y como a partir de ello las empresas pueden establecer estrategias organizacionales efectivas. Por ello, se establecieron las siguientes dimensiones: aspectos internos y aspectos externos. Mientras que los indicadores de estudio son: gestión de salud y seguridad laboral, gestión ante el cambio, gestión de incidencia ambiental, gestión humana, desafíos ambientales, desafíos y normas civiles, aliados estratégicos y población local.

Por lo cual, para la presente investigación se consideraron dimensiones que permite abordar la responsabilidad social corporativa, sobre las cuales se pudo desarrollar la investigación:

En primer lugar, se desarrolló la dimensión Aspectos internos (RSCI) donde, Martín (2020) indicó que las practicas responsables en lo social interior afecta a cuatro áreas que involucran la actividad: gestión del talento humano o también llamado recursos humanos, aspecto salud, seguridad dentro del lugar de trabajo, la adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y de los recursos. Guzmán (2016) define a la responsabilidad social corporativa en su dimensión interna como una vinculación directa al recurso humano y social de las organizaciones y por medio de la gestión del talento humano (GTH) podría materializarse el bienestar del recurso humano, involucrando así el funcionamiento organizacional. Mientras que Puentes et al. (2022), mencionaron que la inclusión en la gestión de prácticas responsables genera impactos positivos en la empresa, estas también contribuyen ventajas como: fidelidad de los socios y trabajadores, mejora el clima laboral, mayor motivación, mejora la comunicación e implicación.

Seguido a ello, se desarrolló la segunda dimensión de Aspectos externos (RSCE), donde Licandro (2022) señaló respecto a responsabilidad social corporativa externa (RSCE) se basa en los aspectos externos de la organización, como es el caso de los stakeholders, teoría elaborada inicialmente por Edward Freeman, la cual consiste en satisfacer las necesidades y demandas. De la misma manera, Azuero et al. (2022) afirmaron que la teoría de stakeholders ha sido utilizada para determinar la relación entre la organización con actores que involucra la gestión que tiene la empresa como practicas socialmente responsables. Asimismo, Lizcano & Lombana (2018) indicaron que las organizaciones no solo son

responsables de sus accionistas como factor externo, sino también debe ser responsable ante los intereses de los actores que pueden ser afectados por las decisiones organizacionales.

Asimismo, se manifiesta lo siguiente respecto a las teorías respecto al compromiso organizacional.

La teoría desarrollada por Meyer & Allen (1991) señaló al compromiso organizacional como un elemento psicológico que es caracterizado por la relación entre una organización y persona, la cual conduce a decisiones como permanecer o no en una organización, en otras palabras, hace referencia a la voluntad de permanecer en un equipo organización según sus intereses personales, objetivos, valores y otros con fines organizaciones. Mientras que Chiang, Núñez, Martín y Salazar (2010), indicaron que el compromiso en las personas con la organización conforma un activo fundamental, siendo un mecanismo que direcciona a recursos humanos para el análisis de la lealtad y vinculación de los colaboradores con la organización.

Ideas reforzadas por Mowday (1998) quien argumentó que el compromiso en una organización puede mejorar significativamente la vida del colaborador generando como consecuencia un mejor desempeño organizacional, modo en el cual se reducirían los índices de rotación y ausentismo. Además, Yasar et al. (2014) resalta la importancia del compromiso organizacional, experiencia que permite que los colaboradores alcancen mejores niveles de motivación y resultados organizacionales. En contraste de lo mencionado, Geldenhuys et al. (2014) mencionó que el compromiso en el centro de trabajo ha ido evolucionando con los años, constituyendo desde aspectos como compromiso, apego, implicación y compromiso.

Goetendia (2020) sostuvo que el compromiso organizacional es uno de los elementos más utilizados en la dirección de gestión de recursos humanos y que tiene el propósito de analizar la lealtad y vinculación del grupo de colaboradores con su organización laboral. Mientras que Treviño & López (2022) sostuvieron que el compromiso organizacional involucra el empoderamiento psicológico por la satisfacción laboral y también el agotamiento laboral. Asimismo, Baez, et. al. (2019) indicaron que el modelo del compromiso organizacional es considerado como una

variable consecuente de la intención de abandono, teniendo también una relación entre la motivación y satisfacción organizacional.

Por lo cual, para la presente investigación se consideraron dimensiones que permite abordar el Compromiso organizacional, sobre las cuales se podrá desarrollar la investigación:

En tal sentido, como primera dimensión se mencionó a Compromiso afectivo (CA), donde según Gabini (2020) señaló que el compromiso afectivo involucra lazos emocionales que acercan al colaborador con la organización, siendo considerada como una manera de compromiso organizacional. Así como también lo afirmaron Arredondo et al. (2022) señalando que el compromiso afectivo está caracterizado por vincular emociones con su centro de formación o empleo. De la misma manera, May, Barroso & Hernández (2020) indicó que el componente afectivo permite generar en el ser la disposición y motivación para fomentar con el entusiasmo en una organización empresarial.

Además, Chiang & Candia (2021) afirmaron que los trabajadores con mayor compromiso afectivo, muestra mejor desempeño organizacional, bajo este concepto de compromiso se desarrollan sentimientos de pertenencia con la empresa. En adición, Calderón (2022) mencionó que los colaboradores con compromiso afectivo permanecen en la empresa porque así lo desean por el alto compromiso de continuidad. En el mismo sentido, Fonseca et al. (2019) mencionaron que los colaboradores desarrollan lazos emocionales con la empresa, teniendo así una fuerte atracción emocional en el involucramiento del equipo colaborativo con la organización.

Asimismo, como segunda dimensión, Compromiso continuo (CC), donde de acuerdo a Cuenca & López (2020), manifestaron que bajo este marco conceptual el colaborador tiene o siente la necesidad de permanecer en la empresa, por lo cual sus oportunidades fuera de la organización son limitadas, considerando de ese modo que retirarse de la empresa sería contraproducente por perder tiempo, dinero y esfuerzo. Igualmente, Monsalve et al. (2021) comentó que el compromiso de continuidad hace referencia al grado en el que el colaborador experimenta el hecho de sentirse estancado en su centro laboral debido a los altos costos que genera renunciar. En el mismo sentido, Gastelu & Arce (2021) confirmaron que el compromiso continuo o también llamado de continuidad está basado en los costos

que los colaboradores relacionan con la decisión de dejar la organización. Ideas reforzadas por Cohen (2007) quien mencionó que el compromiso continuo es una representación donde se evalúa el grado de compromiso de sus colaboradores bajo un factor de costos que está asociado al abandono laboral.

Por último, la tercera dimensión es Compromiso Normativo (CN), donde Arias & López (2020) hicieron referencia al compromiso normativo como el ambiente que existe entre la organización y colaborador, aquí se consideran los beneficios que la empresa otorga al colaborador como motivación organizacional. Asimismo, Nava et al. (2022) mencionaron que el compromiso normativo podría ser considerado como un factor previo al ingreso de un colaborador en la empresa, usándose, así como medida de compromiso organizacional. No obstante, Baez et al. (2019) hicieron mención del compromiso normativo se basa en el sentimiento de compromiso con la permanencia del colaborador con la empresa, haciendo referencia a presiones sociales más no lealtad en su totalidad. Igualmente, Leal (2023) señaló que aquellos colaboradores con desarrollo de compromiso normativo logran quedarse en sus centros laborales, pero no necesariamente porque estos se encuentren motivados, sino porque sienten que deben de hacerlo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Según lo manifestado por Hernández & Mendoza (2018) mencionaron respecto a la Es una investigación de naturaleza básica, cuyo objetivo principal es analizar la información y desarrollar nuevos conocimientos basados en las hipótesis planteadas. Por lo tanto, se clasifica como investigación básica, ya que busca contribuir al conocimiento científico mediante los descubrimientos logrados en conexión con las variables investigadas. Asimismo, la investigación presentó un enfoque cuantitativo, donde se empleó un análisis estadístico para el desarrollo de gráficos interpretativos para el análisis de las variables estudiadas. Por lo que Hernández, et. al. (2014) mencionaron respecto al tipo de enfoque, el cual es utilizado para el análisis de la convicción de las hipótesis formuladas en un marco particular que aporta evidencias.

3.1.2. Diseño de investigación

En lo que respecta al diseño de la investigación, se categoriza como no experimental, dado que no incluyó la manipulación práctica de las variables de estudio. Idea reforzada por Sánchez & Reyes (2015) quienes sostienen que, el diseño como instrumento permite direccionar al investigador en pautas que la investigación pueda desarrollar una investigación o experimento. Mientras que la investigación fue de corte transversal, debido que obtiene la investigación en un solo instante. Por ello Rodríguez & Mendivelso (2018) es de una sola medición, se realiza en un determinado momento.

Asimismo, la investigación es explicativa causal, donde Sánchez (2019) mencionó que se fundamenta la experimentación a prueba de hipótesis causales, además de considerar un modelo hipotético deductivo donde se evidenciara manipulación para evidenciar la causa efecto.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Responsabilidad social corporativa

Definición conceptual

La responsabilidad social corporativa, es considerada como una opción voluntaria y estratégica, la cual es mucho más que aquellas obligaciones legales, donde se complementan aspectos como sustentabilidad, administración de los recursos empresariales para maximizar y mejorar la confiabilidad de los sistemas y la seguridad empresarial, facilitando así la expansión de la accesibilidad a otros servicios y promoviendo el progreso tanto a nivel ambiental como organizacional. (Ramírez et al., 2022).

Definición operacional

Se evaluó la variable mediante el uso de un cuestionario de responsabilidad social corporativa elaborado por Ramírez et al., (2022) en el cual se considera dos dimensiones: aspectos internos y aspectos externos. Las cuales tienen dos indicadores por componen un total de ocho indicadores y un total de 27 ítems reflejados en el instrumento de investigación.

Escala de medición:

En la escala de valores ordinal Likert, los niveles son Nunca (1), Casi nunca (2), Algunas veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5).

Variable 2. Compromiso organizacional

Definición conceptual

El compromiso organizacional, es uno de los temas desafiantes e indagados en la actualidad en campos como la administración, comportamiento organizativo y recursos humanos. Asimismo, es un tema investigado fruto a su relación con los principales elementos que conducen a la victoria empresarial como son el rendimiento, el ausentismo, la fluctuación de personal y la intención abandono (Baez et al., 2019).

Definición operacional

Se evaluó la variable mediante el uso de un cuestionario de compromiso organizacional establecido por Meyer y Allen, teoría usada por Baez et al. (2019)

en el cual se considera tres dimensiones: compromiso afectivo, compromiso de continuación, compromiso normativo. Las cuales tienen dos indicadores por cada una, conformando 18 ítems basados en el instrumento de investigación

Escala de medición:

En la escala de valores ordinal Likert, los niveles son Nunca (1), Casi nunca (2), Algunas veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5).

3.3. Población, muestra y muestreo y unidad de análisis

3.3.1. Población

El criterio de población es importante y debe ser accesible, extraer la muestra y que esta represente efectivamente a la población elegida para los resultados requeridos en el desarrollo investigativo (Sánchez & Reyes, 2015). En el marco de este estudio, se tomó en cuenta una población compuesta por 120 empleados.

Criterios de inclusión: Los trabajadores que fueron considerados como sujetos elegibles para el estudio; colaboradores de agencias de viajes que realizan sus operaciones en la ciudad de Ica.

Criterios de exclusión: colaboradores considerados sujetos no elegibles para el estudio, pertenecientes a otro rubro de la actividad turística o residentes de otra ciudad no perteneciente al área de estudio.

3.3.2. Muestra

La muestra se percibe como una porción representativa de una población específica, es la representación total porque refleja rasgos de la población cuando se hace uso de la técnica correcta de muestreo el cual difiere en el número de unidades incluidas, es importante mencionar que debe incluir un número óptimo para el desarrollo correcto de la investigación y que este proporcione resultados eficientes. (Mendoza, 2015) Para lo cual, en la investigación se consideró una muestra de 92 participantes.

3.3.3. Muestreo

Siguiendo la perspectiva de García, et. al. (2006) definieron al muestreo probabilístico o aleatorio cuando este es posible realizar cálculos previos y conocer la probabilidad asociada a la obtención de cada una de las posibles muestras. a seleccionar, donde se somete un experimento aleatorio y todas presentan la misma probabilidad de ser escogida.

En la presente investigación se desarrolló bajo un muestreo aleatorio simple, la cual hace referencia a una selección extraída al azar, llamada también muestra probabilística, siendo una muestra objetiva debido que las probabilidades son equitativas para los participantes por ser una selección aleatoria (Ramón & Sulca, 2007).

3.3.4. Unidad de análisis

En el contexto de este estudio, se consideró al equipo de trabajo que labora en agencias de viajes situadas en la ciudad de Ica. Es necesario precisar que en el estudio participaron sujetos involucrados en actividades relacionadas a la industria turística.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El estudio llevará a cabo una encuesta como la técnica de referencia para obtener los resultados requeridos. Según Bernal (2015), el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas diseñadas para obtener los resultados necesarios para recopilar información y realizar un análisis en una investigación.

Asimismo, García, et al. (2006) sostuvo que los cuestionarios son definidos por ser documentos que recogen información organizada de los indicadores correspondientes a las variables analizadas, por consiguiente, la encuesta posibilita la ejecución de un procedimiento a través de preguntas dirigidas al objeto de estudio.

Para la validación de los cuestionarios presentados, se consideró el proceso de evaluación por juicio de expertos, el cual tiene como propósito el análisis y evaluación de los instrumentos de tres o más expertos del campo, quienes evaluaron los aspectos de relevancia, claridad pertenencia de las preguntas para así dar el veredicto de aprobación para la aplicación, observaciones o negar la aprobación.

Tabla 1*Juicio de expertos de los instrumentos*

N°	Grado	Apellidos y nombres	juicio
Académico			
1	Magister	Guissela Janampa Gómez	Aplicable
2	Magister	Alberto Vizcarra Quiñonez	Aplicable
3	Doctor	Nerio Janampa Acuña	Aplicable

Fuente: Ficha analítica de expertos elaboración propia.

La confiabilidad, hace referencia a las medidas que no cambian ni en el tiempo, ni por la aplicación a diferentes personas teniendo el mismo nivel de instrucción (Ñaupas, et al. 2018). Durante la realización de este estudio, se realizó una prueba preliminar con el fin de evaluar la confiabilidad de los instrumentos utilizados. Se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach en la variable independiente, obteniendo un nivel de 0.935. Este resultado indica que el instrumento cuenta con un alto grado de confiabilidad, respaldando así su validez y utilidad en el estudio. y en cuanto a la variable dependiente se ha obtenido su fiabilidad mediante Kr20 indicando que se encontró en un nivel bueno de 0.92 y que indicó que el instrumento mencionado y los ítems del instrumento son confiables.

Validez:

La validez de un instrumento de investigación se relaciona con su capacidad para recopilar información de manera precisa, y esto está vinculado a elementos que se ajustan a los indicadores de los constructos teóricos. Este proceso se llevó a cabo utilizando la técnica de juicio de expertos.

Confiabilidad:

Cada herramienta de investigación debe exhibir coherencia interna, lo que implica que, en su núcleo, evalúa la eficacia con la que recopila datos. Este aspecto se examina comúnmente desde una perspectiva estadística, se aplicó alfa de Cronbach para los dos instrumentos. Los resultados indicaron un coeficiente de 0,957 para la responsabilidad social corporativa y 0,904 para compromiso organizacional.

3.5. Procedimientos

La fase inicial consistió en la exploración de fuentes de confianza, durante la investigación se tomaron en cuenta artículos y libros en repositorios universitarios como también portales web científicos de acuerdo a las variables de estudio. Posteriormente, se seleccionó el instrumento a utilizar, para lo cual fue la encuesta, posterior a ello se seleccionó la población de estudio para determinar la muestra que será el número de participantes involucrados en la investigación. Mientras que la validación se realizó mediante juicio de experto. Asimismo, se solicitó los permisos correspondientes mediante una carta de presentación hacia el gerente general de una agencia de viajes que ejecuta funciones en la ciudad de Ica para poner en ejecución el desarrollo de las encuestas mencionadas anteriormente. Finalmente, con la información almacenada de los involucrados, se hizo uso del paquete estadístico SPSS 25 para el análisis con la lectura interpretativa de los resultados correspondientes.

3.6. Métodos de análisis de datos

Dado lo anterior, según la recopilación de datos con la creación de la base informativa, se desarrolló el análisis estadístico: Descriptivo: Donde la información obtenida fue recopilada y procesada mediante el programa SPSS 25.0 obteniendo así resultados plasmados en tablas y figuras porcentuales, teniendo así la representación de variables y dimensiones de estudio, mostrando cuál es su desarrollo normal en la institución investigada. Inferencial: De la misma manera, en el proceso la base estadística, se empleó el sistema SPSS 25.0 Además, el proceso de la prueba estadística seleccionada también permitió comprobar las hipótesis planteadas anteriormente, modo en el cual se logró proceder a determinar las conclusiones de la investigación. Finalmente, la información ha sido interpretada en conjunto a los resultados interpretados haciendo uso de programas propios de office como Excel y Word para la respectiva presentación y explicación

3.7. Aspectos éticos

La investigación presente consideró la información normativa brindada por la Universidad César Vallejo, la ha brindado al investigador las disposiciones necesarias para el desarrollo correcto de la investigación. Además, se consideraron las pautas establecidas por la guía de trabajos de investigación, elaborada por la

misma universidad mencionada anteriormente. También se tuvieron en cuenta el código de ética, conforme a la Ley Universitaria 30220. Es relevante destacar que se empleó el sistema Turnitin para verificar la información y la originalidad.

De la misma manera, Meo (2010) manifestó que toda investigación social produce sentimientos positivos o negativos en los participantes porque no siempre hay un propósito de beneficio para el participante, por lo cual se debe tener consentimiento aprobado y mantener en reserva o anonimato los datos personales del participante. Asimismo, Rapimán & Chibey (2022) mencionaron que debe existir conocimiento por parte de los participantes y agregar valor a la privacidad que corresponde como derecho fundamental del participante, por lo que se sugiere que los involucrados deben tener una participación voluntaria en el proceso. En esa línea, la ética en el ámbito del desarrollo de conocimientos es fundamental dado que se tiene que explicitar de manera correcta las fuentes que se han utilizado en el proceso metodológico y científico; en la que la transparencia y los principios morales son una determinante para la consecución del informe de investigación científica.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 1

Frecuencia y porcentaje de la variable Responsabilidad social corporativa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mala	21	22,8
	Regular	41	44,6
	Buena	30	32,6
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

Según la tabla en relación con la primera variable de Responsabilidad social corporativa se visualiza resultado del 100% de los participantes siendo 92 encuestadas, de lo cual se obtuvo que el 32.6% indicaron percibir una buena responsabilidad social corporativa mientras que el 44.6% señalan un nivel regular y finalmente el 22.8% indicó percibir mala responsabilidad social corporativa.

Tabla 2

Tabla de frecuencia de la dimensión Aspectos internos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mala	11	12,0
	Regular	46	50,0
	Buena	35	38,0
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

Según los datos presentados en la tabla, se observa que el 50,0% de los encuestados expresaron que los aspectos internos de la responsabilidad social corporativa se llevan a cabo de manera regular. No obstante, el 38,0% indicó que el nivel es bueno, mientras que el 12% mencionó que es malo. En tal sentido, se puede apreciar de manera bastante concisa la fluctuación de las frecuencias y estas como se consolidan a través de los niveles, que brindan una información valiosa para realizar las conjeturas pertinentes.

Tabla 3*Tabla de frecuencia de la dimensión Aspectos externos*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mala	8	8,7
	Regular	37	40,2
	Buena	47	51,1
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

Con base en la tabla proporcionada, se puede observar que el 51.1% de los encuestados afirmaron que los aspectos externos de la responsabilidad social corporativa se llevan a cabo de manera positiva. En contraste, el 40.2% mencionó que el nivel es regular, y solo el 8.7% indicó que es malo.

Tabla 4*Tabla de frecuencia de la variable Compromiso organizacional*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	18	19,6
	Medio	44	47,8
	Bueno	30	32,6
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

De acuerdo con los resultados obtenidos y representados en la tabla 5 respecto a la segunda variable Compromiso organizacional, los resultados demostraron que el 32.6% de los participantes indicaron contar con un buen compromiso organizacional mientras que el 19.6% indicaron trabajar bajo un compromiso organizacional bajo y finalmente el 47.8% indicaron que el nivel de compromiso es medio.

Tabla 6*Tabla de frecuencia de la dimensión Compromiso afectivo*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	21	22,8
	Medio	41	44,6
	Bueno	30	32,6
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

Basándonos en los resultados mostrados en la tabla actual, se concluye que el 44.6% de los encuestados mencionaron que el compromiso afectivo en sus empresas es de nivel medio. Por otro lado, el 32.6% afirmó que el nivel es bueno, y el 22.8% indicó que es malo.

Tabla 5*Tabla de frecuencias de la dimensión Compromiso continuo*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	21	22,8
	Medio	50	54,3
	Bueno	21	22,8
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

Los resultados de la dimensión compromiso continuo ha permitido obtener los siguientes resultados; el 22.8% de los participantes involucrados indicaron que el compromiso continuo es bueno. Sin embargo, 54.3% de los encuestados indicaron que el compromiso es medio y el 22.8% indicaron que el nivel es bajo.

Tabla 6*Tabla de frecuencia de la dimensión Compromiso normativo*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	12	13,0
	Medio	44	47,8
	Bueno	36	39,1
	Total	92	100,0

Nota: Base de datos

Según los resultados presentados en la tabla, se puede señalar que el 39.1% de los encuestados expresaron que el compromiso normativo se lleva a cabo a un nivel positivo. Por otro lado, el 47.8% indicó que se encuentra en un nivel medio, y el 13.0% de los participantes mencionó que tiene un nivel bajo.

Tabla 7*Tabla cruzada Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso organizacional*

		Compromiso organizacional			
		Bajo	Medio	Bueno	Total
Responsabilidad social corporativa	Mala	15 16,3%	6 6,5%	0 0,0%	21 22,8%
	Regular	3 3,3%	26 28,3%	12 13,0%	41 44,6%
	Buena	0 0,0%	12 13,0%	18 19,6%	30 32,6%
Total		18 19,6%	44 47,8%	30 32,6%	92 100,0%

Nota: Base de datos

Interpretación: Del 23.3% (21) del total que manifestaron que la responsabilidad social corporativa tiene un nivel regular y el compromiso organizacional representa un nivel medio, 19.6% (18) participantes indicaron que el nivel es bueno y en el mismo sentido los encuestados indicaron que el nivel de compromiso organizacional también es bueno. En contraste, el 16.3% (15) de encuestados indicaron que el nivel es malo, mientras que para el compromiso organizacional es un nivel bajo.

Tabla 8*Tabla cruzada Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso afectivo.*

		Compromiso afectivo			
		Bajo	Medio	Bueno	Total
Responsabilidad social corporativa	Mala	9 9,8%	9 9,8%	3 3,3%	21 22,8%
	Regular	8 8,7%	24 26,1%	9 9,8%	41 44,6%
	Buena	4 4,3%	8 8,7%	18 19,6%	30 32,6%
Total		21 22,8%	41 44,6%	30 32,6%	92 100,0%

Nota: Base de datos

Interpretación: El 26.6% (24) de los participantes indicaron que la responsabilidad corporativa se sitúa en un nivel bajo, al mismo tiempo que el compromiso afectivo es de nivel medio. De igual manera, el 19.6% (18) de los encuestados afirmaron que la responsabilidad social corporativa se encuentra en un nivel medio, mientras que el compromiso organizacional es de nivel bueno. Por último, el 9.8% (9) del público indicó que la responsabilidad social corporativa es de nivel bajo, y en la misma línea, el compromiso afectivo representa un nivel bajo.

Tabla 9*Tabla cruzada Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso continuo.*

		Compromiso continuo			
		Bajo	Medio	Bueno	Total
Responsabilidad social corporativa	Mala	18 19,6%	3 3,3%	0 0,0%	21 22,8%
	Regular	3 3,3%	35 38,0%	3 3,3%	41 44,6%
	Buena	0 0,0%	12 13,0%	18 19,6%	30 32,6%
Total		21 22,8%	50 54,3%	21 22,8%	92 100,0%
		% del total			

Nota: Base de datos

Interpretación: Del 38.0% (35) de los participantes indicaron que la responsabilidad social corporativa se encuentra en un nivel regular mientras que el compromiso

continuo es de nivel medio. Asimismo, el 19.6% (18) de los trabajadores señalaron que la responsabilidad social corporativa es de nivel bueno como también lo es en el caso del compromiso continuo. No obstante, el 19.6% (18) de colaboradores afirmaron que la responsabilidad social corporativa es de nivel malo y el compromiso continuo representa un nivel bajo.

Tabla 10

Tabla cruzada Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso normativo.

		Compromiso normativo			Total
		Bajo	Medio	Bueno	
Responsabilidad social corporativa	Mala	9 9,8%	12 13,0%	0 0,0%	21 22,8%
	Regular	3 3,3%	23 25,0%	15 16,3%	41 44,6%
	Buena	0 0,0%	9 9,8%	21 22,8%	30 32,6%
Total		12 13,0%	44 47,8%	36 39,1%	92 100,0%

Nota: Base de datos

Interpretación:

Interpretación: El 25.0% (23) de los participantes mencionaron que la responsabilidad social corporativa se encuentra en un nivel regular, al mismo tiempo que el compromiso normativo es medio. De manera similar, el 13.0% (12) de los encuestados afirmaron que la responsabilidad social corporativa es de nivel malo y el compromiso normativo es bajo. En una línea similar, el 22.8% (21) de los participantes indicaron que la responsabilidad social corporativa es de nivel bueno, y a su vez, el compromiso normativo también representa un nivel bueno.

Contraste de hipótesis general

Hipótesis general

Ha: Existe relación significativa entre la variable responsabilidad social corporativa y el compromiso organizacional.

Ho: No existe relación entre la variable responsabilidad social corporativa y el compromiso organizacional.

Tabla 11

Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional.

Información de ajuste de los modelos					Pseudo R cuadrado	
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.	Cox y Snell	,450
Sólo intersección	70,534				Nagelkerke	,514
Final	15,612	54,921	2	,000	McFadden	,288

Función de enlace: Logit.

Interpretación: Según la tabla 13, se puede deducir que los resultados son estadísticamente significativos, con un $X^2=54,921$ y $p<0,05$. La significancia de 0,000 indica que la responsabilidad social corporativa tiene una influencia en el compromiso organizacional. Además, el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,514) sugiere que el modelo propuesto explica que el 51.4% del compromiso organizacional depende de la responsabilidad social corporativa. A la luz de las evidencias se demuestra categóricamente la incidencia real que existe entre los constructos de estudio, esto posibilita tener un panorama amplio en términos porcentuales como se muestra en la información presentada.

Tabla 12

Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[compromisoorganizacional1 = 1]	-4,161	,703	35,054	1	,000	-5,538	-2,784
	[compromisoorganizacional1 = 2]	-,431	,372	1,342	1	,247	-1,161	,298
Ubicación	[responsabilidadsocialcorporativa1 =1]	-5,090	,848	36,071	1	,000	-6,752	-3,429
	[responsabilidadsocialcorporativa1 =2]	-1,371	,503	7,440	1	,006	-2,356	-,386
	[responsabilidadsocialcorporativa1 =3]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

Interpretación: En cuanto a la tabla 14, se visualiza que la responsabilidad social corporativa influye significativamente en el compromiso organizacional, la cual se sostiene en un nivel de significancia de 0,000 y 0,000 respectivamente en el nivel debajo promedio y en retraso.

Contraste de Hipótesis específica 1

H0: No existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023

H1: Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023

Tabla 13

Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo.

Información de ajuste de los modelos					Pseudo R cuadrado	
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.	Cox y Snell	
Sólo intersección	38,939				Nagelkerke	,177
Final	23,336	15,602	2	,000	McFadden	,080

Función de enlace: Logit.

Interpretación: Según la tabla actual, se puede concluir que los resultados son estadísticamente significativos, con un $X^2=15,602$ y $p<0,05$. La significancia de 0,000 indica que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto en el compromiso afectivo. Asimismo, el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,177) indica que el 17.7% del compromiso afectivo depende de la responsabilidad social corporativa según el modelo propuesto. En ese sentido, se puede entrever el grado de implicancia que se observa y permite tener un panorama con carácter exhaustivo en el estudio realizado.

Tabla 14

Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[compromisoafctivo1 = 1]	-2,516	,455	30,647	1	,000	-3,407	-1,625
	[compromisoafctivo1 = 2]	-,294	,363	,657	1	,418	-1,005	,417
Ubicación	[responsabilidad socialcorporativa1=1]	-2,194	,585	14,040	1	,000	-3,341	-1,046
	[responsabilidad socialcorporativa1=2]	-1,343	,480	7,843	1	,005	-2,283	-,403
	[responsabilidad socialcorporativa1=3]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

Interpretación: En relación a los resultados presentados en la tabla 16, se observa que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto significativo en el compromiso afectivo, manteniendo un nivel de significancia de 0,000 en el nivel promedio y retraso. Se aprecia que el grado de implicancia es de un grado importante como se demuestra a través del coeficiente Wald= 30,647; esto nos conduce a analizar con un mayor grado de perspectiva en relación a los constructos de estudio, no obstante, a través de estos resultados se brinda la posibilidad de seguir profundizando bajo un soporte científico y un marco teórico potente que se proyecte a futuro.

Contraste de Hipótesis específica 2

H0: No existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023

H2: Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023

Tabla 15

Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo.

Información de ajuste de los modelos					Pseudo R cuadrado	
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.	Cox y Snell	
Sólo intersección	97,501				Nagelkerke	,695
Final	12,775	84,726	2	,000	McFadden	,458

Función de enlace: Logit.

Interpretación: A partir de la tabla 17, se puede concluir que los resultados son estadísticamente significativos, con un $X^2=84,726$ y $p<0,05$. La significancia de 0,000 indica que la responsabilidad social corporativa (RSC) tiene un impacto en el compromiso continuo. Además, el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,695) sugiere que el modelo propuesto explica que el 69.5% del compromiso continuo depende de la responsabilidad social corporativa.

Tabla 16

Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[compromiso continuo1 = 1]	-5,580	,874	40,750	1	,000	-7,294	-3,867
	[compromiso continuo1 = 2]	-,412	,372	1,222	1	,269	-1,142	,318
Ubicación	[responsabilidad social corporativa1=1]	-7,373	1,073	47,194	1	,000	-9,477	-5,270
	[responsabilidad social corporativa1=2]	-2,996	,703	18,164	1	,000	-4,374	-1,618
	[responsabilidad social corporativa1=3]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

Interpretación: En referencia a la tabla 18, se observa que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto significativo en el compromiso continuo, manteniendo un nivel de significancia de 0,000 en los niveles promedio y retraso.

Contraste de Hipótesis específica 3

H0: No existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023.

H3: Existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023.

Tabla 17

Información de ajuste del modelo que sustenta la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo.

Información de ajuste de los modelos					Pseudo R cuadrado	
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.	Cox y Snell	,358
Sólo intersección	-2 57,742				Nagelkerke	,416
Final	16,969	40,773	2	,000	McFadden	,225

Función de enlace: Logit.

Interpretación: Según la tabla 19, se puede concluir que los resultados son estadísticamente significativos, con un $X^2=40,773$; $p<0,05$. La significancia de 0,000 indica que la responsabilidad social corporativa influye en el compromiso continuo. Además, el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,416) sugiere que el modelo propuesto explica que el 41.6% del compromiso continuo depende de la responsabilidad social corporativa. Con la obtención de la evidencia obtenida se pone sobre el tapete la incidencia existente entre los constructos de estudio; cabe mencionar que existe las razones suficientes para establecer la aceptación de la hipótesis alterna hecho que contrasta claramente con los resultados obtenidos con respecto al punto de intersección y suministra información sólida para la toma de decisiones.

Tabla 18

Estimaciones de parámetro del modelo que explica la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo.

		Estimación	Desv. Error	Wald	gl	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
							Límite inferior	Límite superior
Umbral	[compromisor mativo1 = 1]	-4,461	,710	39,458	1	,000	-5,852	-3,069
	[compromisor mativo1 = 2]	-,864	,399	4,687	1	,030	-1,646	-,082
Ubicación	[responsabilidad socialcorporativa1=1]	-4,249	,802	28,052	1	,000	-5,821	-2,677
	[responsabilidad socialcorporativa1=2]	-1,487	,512	8,434	1	,004	-2,490	-,483
	[responsabilidad socialcorporativa1=3]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Función de enlace: Logit.

a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

Interpretación: En relación a la tabla 20, se observa que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto significativo en el compromiso normativo, manteniendo un nivel de significancia de 0,000 en los niveles promedio y retraso. Por ello, se aprecia que con la obtención de la evidencia presente se manifiesta que el grado de implicancia es de un grado importante como se demuestra a través del coeficiente Wald= 39,458; esto nos conduce a analizar con un mayor grado de perspectiva en relación a los constructos de estudio.

V. DISCUSIÓN

En la presente investigación cuyo título es “La responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencia de viajes de la ciudad de Ica, 2023” se tuvo como objetivo general planteado lo siguiente: Determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023. Por ende, mediante el respaldo del análisis de datos y la aplicación de estadísticas inferenciales, donde las pruebas para contrastar la hipótesis general formulada logran confirmarse en la evaluación del Pseudo R cuadrado. En este contexto, se evidencia que el compromiso organizacional está influenciado en un 51.4% por la responsabilidad social corporativa, con un valor $p=0,000$ ($p<0,05$) y un Chi-cuadrado= 54,921 en la evaluación de ajuste del modelo, indicando su relevancia significativa.

Asimismo, se evidencia que el valor $p > 0.05$ en la prueba de bondad de ajuste entre las variables examinadas, indicando que se ajusta al modelo de regresión ordinal. Además, los estilos parentales se encuentran por debajo del promedio (Wald=36.071, $p=0.000<0.05$), según las estimaciones de parámetros. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, confirmando la influencia de la variable independiente sobre la dependiente. De este modo, se establece que la responsabilidad social corporativa ejerce una influencia en el compromiso organizacional en agencias de viajes en la ciudad de Ica, 2023.

En base a lo mencionado anteriormente, según los resultados obtenidos se observa cierta similitud al ser comparado con Hong, et. al. (2023) donde determinaron que las actividades de RSC influía en el comportamiento de intercambio de conocimientos de manera directa e indirecta a través de varios mediadores considerando que el coeficiente del término de interacción fue estadísticamente significativo ($\beta = 0,208$, $p < 0,001$) lo cual indicó que el clima ético modera positivamente la relación con la responsabilidad social corporativa. Así, los hallazgos de la investigación proporcionaron evidencia concluyente de que las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ejercen una influencia positiva en el comportamiento de los colaboradores al compartir conocimientos, lo cual se percibe como compromiso organizativo. Además, se observó una correlación positiva entre la RSC y el apoyo organizativo en el desempeño del clima ético. De ese modo, se evidencia la similitud en referencia a los resultados,

permitiendo así afirmar que la responsabilidad social corporativa tiene significancia frente al desempeño del clima ético lo cual permite que el grupo de personas que conforman un grupo laboral tendrá relación de sus resultados en función al clima laboral.

Asimismo, al contrastar la hipótesis específica, Se registró un valor de p de 0.000, el cual es menor a 0.05. Este resultado condujo al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis alternativa, señalando la presencia de una relación significativa. entre la responsabilidad social corporativa y el compromiso afectivo. Además, el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,177) señala que el modelo propuesto explica que el 17.7% del compromiso organizacional depende de la responsabilidad social corporativa. Dichos resultados han sido comparados con Torres, et. al. (2023) quienes desarrollaron una investigación donde el propósito fue precisar la forma en la que ha evolucionado la investigación respecto a la responsabilidad social corporativa de acuerdo a los casos de emprendimiento en el rubro del turismo. Por lo cual, se logró evidenciar el crecimiento de la evolución investigativa respecto a la responsabilidad social corporativa en el año 2022, con un incremento del 28,56% evidenciando así la importancia de investigaciones en el campo que permite ser el punto de partida para estrategias que fortalezcan al rubro. Estos resultados han permitido demostrar la importancia de aportes que permiten el desarrollo de investigación en el rubro turístico, donde se ponen en evaluación ítems como el compromiso organizacional para identificar, así como trabaja el equipo laboral en relación a la RSC.

Por otra parte, al contrastar la hipótesis específica, el resultado obtenido, con un nivel de significancia de 0.000, señala que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto en el compromiso continuo. Esto sugiere que el compromiso continuo está relacionado en un 69.5% con la responsabilidad social corporativa, según las inferencias realizadas. En semejanza a los resultados mencionados, Han y Park (2021) obtuvieron data referente al efecto directo de la percepción de la responsabilidad social corporativa relacionada con clientes respecto al compromiso organizativo ($b = 0,24$, $SE = 0,06$, $p < 0,01$, IC 95% [0,14, 0,35]). Del mismo modo, el efecto directo de la percepción de la (RSC) fue relacionada con los colaboradores sobre el compromiso organizativo

mediante motivación intrínseca ($b = 0,32$, $SE = 0,04$, $p < 0,01$, IC del 95% [0,25, 0,39]) lo cual indicó una mediación parcial. Resultados que en conjunto ha permitido identificar la significancia de la responsabilidad social corporativa y el compromiso continuo, lo cual hace referencia que el personal colaborativo de una determinada empresa pensará en todas las posibilidades positivas y negativas que generaría el hecho de retirarse de la empresa.

Los resultados derivados de la contrastación de la hipótesis específica revelan que se pudo inferir mediante los resultados el nivel de significancia 0,000 donde explica que la responsabilidad social corporativa influye en el compromiso continuo. Además, el valor de R cuadrado de Nagelkerke permitió comprobar que el compromiso continuo depende a un 41.6% de la variable RSC. Mientras que según a los resultados de Wang et. al. (2020) señalaron que los colaboradores tienden a tener mayor satisfacción laboral y compromiso laboral cuando estos perciben positivamente el compromiso de la empresa en actividades que involucren la responsabilidad social corporativa, demostrando incluso un mejor comportamiento y mejorar la calidad de su trabajo.

Además, Nguyen et al. (2020) señalaron que la responsabilidad social corporativa (RSC) ejerce una fuerte influencia positiva en el compromiso organizacional, con un nivel de impacto de 0.242 y un nivel de significancia del 1% ($P_valor = 0,000$). Por lo que se determinó que las empresas que apliquen actividades de RSC mejorarán su imagen por lo que las personas al trabajar en empresas semejantes estarán orgullosas y más identificadas con las empresas donde trabajan. Dichos resultados reflejan similitud en data obtenida de la presente investigación, donde se logró evidenciar que la significancia de 0,000 explica que la responsabilidad social corporativa influye en el compromiso organizacional y que esta variable depende al 51.4% lo cual refleja un alto impacto de dependencia entre ambos elementos de estudio.

Los resultados recopilados a partir de la base de datos revelan que, al contrastar la hipótesis específica, se logró un valor de p de 0.000, el cual es menor a 0.05. Esta discrepancia significativa permite descartar la hipótesis nula a favor de la hipótesis alternativa, validando la presencia de una relación significativa entre la variable de responsabilidad social corporativa. y el compromiso organizacional., resultados semejantes fueron los presentados por Badawi et al. (2022) quienes

mostraron resultados donde se afirma que la responsabilidad social corporativa (RSC) percibida representa un efecto positivo y significativo en la reputación de la empresa generando un respaldo, lo cual fue reflejado en un valor muestral positivo de 0,741 el valor estadístico t de $\geq 1,96$, a saber, 26,960 y el valor p de $\leq 0,05$, que es 0,000. Apoyándose en la hipótesis 2 donde se afirmó que la RSC percibida tiene un efecto positivo sobre el compromiso organizativo, lo cual representa un valor muestral original positivo de 0,677, el valor estadístico t de $\geq 1,96$, que es 20,001 y el valor p de $\leq 0,05$, que es 0,000.

Además, Revuelto, et. al. (2021) tuvieron resultados semejantes a la presente investigación, donde el objetivo fue explorar y explicar por qué y cómo se produce la interacción entre papel estratégico de las prácticas laborales y la sostenibilidad corporativa. Con los resultados se evidenciaron como la interacción fomenta a nuevas iniciativas organizativas socialmente responsables que ayudan a que la empresa logre una mejor posición en el mercado competente. En el mismo sentido, Zeler, et. al. (2022) tuvieron como propósito analizar como las empresas responsables del rubro energético español proyectan sus acciones y políticas de responsabilidad social corporativa, parte del resultado se obtuvo que, el 50% (46,7%, N= 1.479) del total de tuits son referente a mensajes de RSC de las empresas del sector mencionado mientras que el (53%, N= 1.676) corresponde a otras actividades de la actividad corporativa en el contexto organizacional sectorial

Los antecedentes presentados anteriormente guardan fundamentos en la teoría desarrollada por Hermawan, et. al. (2023) hicieron referencia a que la responsabilidad social corporativa es una manera participativa que contribuye a actividades externas de la reducción de problemas sociales, esto debido que la variable de estudio tiene como consecuencia el beneficio común de a quienes involucre, generando un impacto positivo a la organización por sus buenas practicas. Mientras que, Treviño y López (2022) indicaron que el compromiso organizacional cumple un rol de empoderamiento psicológico por la satisfacción y el agotamiento laboral, esto debido que se analizan factores diferentes para determinar el grado del compromiso del colaborador.

En relación con la primera hipótesis, se asegura el cumplimiento del primer objetivo específico establecido al llevar a cabo las pruebas para contrastar la hipótesis de la variable. Esto indica que los resultados obtenidos respaldan la

afirmación inicial formulada en relación con dicha hipótesis., donde se determinó que sí existe influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023, donde se pudo inferir que en base a los resultados obtenidos es significativo siendo el $X^2=54,921$; $p<0,05$. Por lo tanto, siendo la significancia de 0,000 explica que la responsabilidad social corporativa influye en el compromiso organizacional. En semejanza de lo mencionado, Sánchez, et. al. (2022) en el desarrollo de su investigación afirmó que el nivel del compromiso por parte de los colaboradores demostró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,819 y un Pvalor de 0,000 afirmando así que en las organizaciones el liderazgo es una herramienta de mucha significancia para el alcance de los objetivos organizacionales que además también permite la integración de los intereses en conjunto de un equipo que trabaja en base a una meta en común.

Por otro lado, de acuerdo a la segunda hipótesis, se afirma que se logra cumplir el segundo objetivo, el cual fue determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023, donde se pudo inferir que en base a los resultados obtenidos es significativo siendo el $X^2=15,602$; $p<0,05$. Sin embargo, es importante considerar que el indicador afectivo es uno de los ítems con menor porcentaje de significancia, mediante el valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,177), se establece que el modelo propuesto explica que el 17.7% del compromiso organizacional está influenciado por la responsabilidad social corporativa, aunque reconociendo la existencia de otros aspectos con mayor peso de significancia. Asimismo, la significancia de 0,000 confirma que la responsabilidad social corporativa impacta en el compromiso afectivo. En concordancia, Gutiérrez (2023) afirmó, según sus descubrimientos, que el 31.37% de los trabajadores no exhibieron un compromiso afectivo con la empresa, evidenciando la ausencia de valores de lealtad hacia la organización, corroborando que el compromiso afectivo es importante más no es el indicador más significativo en comparación al resto de ítems que representan mayor significancia.

En cuanto al tercer objetivo, que buscaba evaluar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso continuo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica en 2023, se puede inferir que, según los resultados obtenidos, esta influencia es significativa, con un valor de $X^2=40.773$ y $p<0,05$. La significancia de 0.000 indica que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto en el compromiso continuo. En línea con esto, Gutiérrez (2023), en una investigación sobre el Compromiso Organizacional (CO), sostuvo que hay una relación entre el tamaño de la normatividad organizacional y el CO. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.555 para esta conexión específica. Estos hallazgos indican una correlación positiva moderada, sugiriendo que a medida que aumenta la dimensión de la normatividad organizacional, también hay un aumento correspondiente en el CO.

De acuerdo con el cuarto objetivo, que tenía como propósito determinar la influencia de la responsabilidad social corporativa en el compromiso normativo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica en 2023, se puede inferir que, según los resultados obtenidos, esta influencia es significativa, con un valor de $X^2=40,773$ y $p<0,05$. La significancia de 0,000 indica que la responsabilidad social corporativa tiene un impacto en el compromiso normativo. Además, a través del valor de R cuadrado de Nagelkerke (0,416), se argumenta que el modelo propuesto explica el compromiso continuo depende al 41.6% de la responsabilidad social corporativa. En similitud a dichos resultados, Flores (2018) demostró que existe un nivel de compromiso organizacional moderado, donde el compromiso normativo representa la medida más alta con 3.752, cabe precisar que el compromiso normativo según Meyer (1991) El colaborador más comprometido con las normas se esforzará por alcanzar los objetivos de la empresa, pero al mismo tiempo siente que tiene una responsabilidad hacia sus compañeros. Esto lo lleva a abordar otros requisitos para evitar la desaprobación social, convirtiendo la lealtad en una obligación en lugar de simplemente un deseo en comparación al nivel afectivo.

VI. CONCLUSIONES

Primera:

La investigación concluyó que, de acuerdo con el objetivo general establecido, se demostró que el compromiso organizacional está influenciado en un 51.4% por la responsabilidad social corporativa (valor de $p < 0.05$). De esta manera, se infiere que la responsabilidad social ejerce una influencia significativa en el compromiso organizacional.

Segunda:

Dentro del primer objetivo específico, se estableció que el 17.7% de la variabilidad en la dimensión del compromiso afectivo depende de la responsabilidad social corporativa, con un valor de $p < 0.05$. Por consiguiente, se deduce que existe una influencia significativa de la responsabilidad social corporativa en la dimensión del compromiso afectivo.

Tercera:

En el contexto del segundo objetivo específico, se determinó que el 69.5% de la variabilidad en la dimensión del compromiso continuo está asociada con la responsabilidad social corporativa, con un valor de $p < 0.05$. Esta conclusión demuestra la presencia de una influencia significativa de la responsabilidad social corporativa en la dimensión del compromiso continuo.

Cuarta:

Dentro del tercer objetivo específico, se determinó que el 41.6% de la variabilidad en la dimensión del compromiso normativo está vinculada con la responsabilidad social corporativa, con un valor de $p < 0.05$. Este hallazgo indica la existencia de una influencia significativa de la responsabilidad social corporativa en la dimensión del compromiso normativo.

VII. RECOMENDACIONES

Primera:

Se aconseja a las compañías turísticas a que pueden potenciar su impacto positivo y construir una reputación sólida al implementar un plan de responsabilidad social corporativa (RSC). Lo cual promueve la participación comunitaria a través de iniciativas que beneficien a las poblaciones locales, como programas educativos o de desarrollo económico, contribuirá a fortalecer los lazos con las comunidades anfitrionas. La transparencia y la comunicación abierta sobre las iniciativas de RSC también son clave para construir la confianza del cliente.

Segunda:

Se recomienda fomentar un ambiente laboral donde los colaboradores se sientan valorados y comprendidos, las empresas pueden mejorar la satisfacción laboral, la retención de talento y, en última instancia, la productividad. Asimismo, al desarrollar vínculos afectivos con los clientes, las empresas pueden crear lealtad a la marca, generando repetición de negocios y recomendaciones positivas. El compromiso afectivo no solo se traduce en números, sino que también construye una reputación que trasciende lo comercial.

Tercera:

Se recomienda implementar estrategias de un compromiso continuo, el cual motiva a los colaboradores, mejorando la moral y la productividad. Además, al estar siempre atentos a la retroalimentación y dispuestos a realizar ajustes, las empresas pueden evolucionar con el mercado de manera proactiva, asegurando su relevancia a largo plazo.

Cuarta:

Se recomienda la implementación de un plan de compromiso normativo, el cual es esencial para las empresas que buscan no solo cumplir con las regulaciones vigentes, sino también construir una reputación sólida en términos de ética y responsabilidad. Al adoptar un enfoque proactivo hacia el cumplimiento normativo, las empresas pueden mitigar riesgos legales, evitar sanciones y asegurar la transparencia en sus operaciones

REFERENCIAS

- Ahmad, N., Ahmad, A., & Siddique, I. (2023). Responsible Tourism and Hospitality: The Intersection of Altruistic Values, Human Emotions, and Corporate Social Responsibility. *Administrative Sciences*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/admsci13040105>
- Arredondo-Salas, A. Vargas, M. Ccorisapra-Quintana, J., Bustamante, J., & Ccorisapra-Quintana, F. (2022). Engagement y satisfacción académica: rol mediador del compromiso afectivo en estudiantes de negocios. *Comuni@cción*, 13(2), 117-126. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.13.2.689>
- Arias, S., & López, H. (2020). Gestión del compromiso, prácticas laborales que la fortalecen. Caso de estudio. *Revista nacional de Administración*, 11(2), 2646. <https://dx.doi.org/10.22458/rna.v11i2.2646>
- Azuero, A., García, M., & Garibello, D. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*, 18(2). <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.8292>
- Badawi, Jufri, A., Prasetyo, T. B., Yulianty, P. D., Hadiwibowo, I., Nurudin, A., Muafi, & Gusman, T. A. (2022). The Linkage of Perceived CSR, Corporate Reputation, Organizational Commitment, and Purchase Intention. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(2), 71-82. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0036>
- Baez, R., Zayas, P., Velázquez, R., & Lao, Y. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas. *Ingeniería industrial*, 40(1), 14–23. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362019000100014
- Briones-Peñalver, A. J., De Nieves-Nieto, C., & Bernal Conesa, J. A. (2023). Analysis of CSR in Costa Rica Agribusiness: Its Influence on Cooperation, Innovation and Performance. *Cuadernos de Desarrollo Rural* 20. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr20.accr>
- Calderón-Díaz, Carlos, A. (2022). Compromiso organizacional de mandos medios en la Salud Pública Institucional. *Revista arbitrada Interdisciplinaria*

- Koinonía*, 7(13), 42-52. Epub 21 de noviembre de 2022. <https://doi.org/10.35381/r.k.v7i13.1619>
- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilera, A., & Alvarado, A. (2020). *Compromiso Organizacional: Antecedentes y Consecuencias*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/94465715006.pdf>
- Cohen, A. (2007). Commitment before and after: An evaluation and reconceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 17(3), 336–354. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2007.05.001>
- Chiang, M., Martin, J., & Núñez, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: Biblioteca Comillas.
- Chiang, M. & Candia, F. (2021). Las creencias afectan al compromiso organizacional y la satisfacción laboral. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Científica de la UCSA*, 8(1), 14-25. Epub April 00, 2021. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.01.014>
- Cuenca Galarza, R.X., & López Paredes, H.A. (2020). Estudio de la gestión del compromiso y cultura organizacional de FLACSO. *Podium*, 37, 43-56. doi:10.31095/podium.2020.37.4
- De la investigación, T. G. en el C. de L. E. 2022: A. D. (2022). *La estabilidad es una ilusión*. Kincentric.com. <https://www.kincentric.com/-/media/kincentric/2022/november/talent-uprising-esp/pdfs/10-global-trends-in-employee-engagement-2022-highlightsspa.pdf>
- Fernández Souto, A. B., Vázquez Gestal, M., & Fandiño Alonso, X. (2023). Responsabilidad social corporativa y edadismo en el ámbito público-privado. *Ibex-35 y Universidade de Vigo. Fonseca Journal of Communication*, 26, 121–143. <https://doi.org/10.14201/fjc.31222>
- Flores S. (2018). *Correlación de las Prácticas en Recursos Humanos, Satisfacción laboral y Compromiso organizacional y su influencia en la intención de rotación de los trabajadores de una Empresa Contratista Minera de Lima, Perú*. [Tesis de maestría, Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional de la PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16926>

/FLORES_HERNANDEZ_SANDRA_KATIA_CORRELACION_DE_LAS_PRACTICAS_EN_RECURSOS_HUMANOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Fonseca Herrera, Jessica M. G, Cruz Torres, Christian Enrique, & Chacón Gutiérrez, Leticia. (2019). Validación del instrumento de compromiso organizacional en México: evidencias de validez de constructo, criterio y confiabilidad. *Revista de Psicología. (PUCP)*, 37(1), 7-29. <https://dx.doi.org/10.18800/psico.201901.001>
- Gabini, Sebastián. (2020). Articulación trabajo-familia y satisfacción laboral: El rol del compromiso afectivo. *Liberabit*, 26(1), e352. <https://dx.doi.org/10.24265/liberabit.2020.v26n1.06>
- García Alcaraz, F., Alfaro Espín, A., Hernández Martínez, A., & Molina Alarcón, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista clínica de medicina de familia*, 1(5), 232–236. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169617616006>
- García, J. Ramos, C., Ruiz, G. (2006). *Estadística administrativa*. España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Geldenhuis, M., Łaba, K. y Venter, C. M. (2014). Meaningful work, work engagement and organisational commitment. *SA Journal of Industrial Psychology*, 40(1), 1–10. <https://doi.org/10.4102/sajip.v40i1.1098>
- González-Morales, O., Talavera, A. S., & García, F. J. C. (2023). Factors influencing the level of social responsibility of marine tourism companies and restaurants: The island of fuerteventura. *Island Studies Journal*, 18(1), 264-284. <https://doi.org/10.24043/isj.179>
- Goetendia, M. (2020). Clima y compromiso organizacional según condición y categoría laboral del personal en una institución educativa piloto de gestión pública. *Horizonte de la Ciencia*, vol. 10, núm. 19, 236–254.
- Guadalupe Zevallos, O. G., Rodas Valladares, J. F., Torres De Salinas, F. D. M. G., & Egusquiza Rodríguez, M. J. (2023). Corporate Social Responsibility in the Peruvian company management. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1809–1824. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.27>

- Gastelu, E., & Arce, P. (2021). Compromiso organizacional y contrato psicológico en el personal de ventas de una organización distribuidora de productos de belleza. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 19(1), 20-58. de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-21612021000100002&lng=es&tlng=es.
- Guzmán, M. (2016). Dimensión interna de la responsabilidad social empresarial desde la óptica de la gestión de recursos humanos. *Saber (Cumana, Venezuela)*, 28(4), 794–805. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-01622016000400014
- Gutierrez, D. (2023). Clima laboral y el compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa agroindustrial – Virú, 2023. [Tesis para optar el grado de Maestro en Gestión del Talento humano]. Universidad Cesar Vallejo
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta*. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education
- Hernández, R.; Fernandez, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Education
- Hermawan, S., Sari, Y. A., Biduri, S., Rahayu, D., & Rahayu, R. A. (2023). Corporate Social Responsibility, Firm Value, And Profitability: Evidence from Pharmaceutical Companies in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(2). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i2.625>
- Hong, Y., Kim, B. J., & Kim, M. J. (2023). The Knowledge-Sharing Implications of Social Responsibility of Firms: The Importance of Ethical Climate. *Behavioral Sciences*, 13(7). <https://doi.org/10.3390/bs13070608>

- Jiménez, G. (2021) *¿A qué se debe la falta de compromiso laboral?* WTW. <https://www.wtwco.com/es-es/insights/2021/03/falta-compromiso-empleados-causas>
- Licandro, O. (2022). Brecha entre teoría e interpretación de la Responsabilidad Social interna en los profesionales de Gestión Humana. *Ciencias administrativas*, 21, 113. <https://doi.org/10.24215/23143738e113>
- Lizcano-Prada, J., y Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Revista Civilizar*, 18(34), 119-134.
- Lyssimachou, D., & Bilinski, P. (2023). Does corporate social responsibility affect the institutional ownership of firms in the hospitality and tourism industry? *Tourism Economics*, 29(4), 853-879. <https://doi.org/10.1177/13548166211069899>
- Loor-Zambrano, H. Y., Santos-Roldán, L., & Palacios-Florencio, B. (2022). Relationship CSR and employee commitment: Mediating effects of internal motivation and trust. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100185>
- Leal Paredes, Marlon Santiago. (2023). Inteligencia emocional y compromiso laboral en las MiPymes de Ecuador. *Ciencias administrativas*, (21), 8. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e116>
- Madanaguli, A., Srivastava, S., Ferraris, A., & Dhir, A. (2022). Corporate social responsibility and sustainability in the tourism sector: A systematic literature review and future outlook. *Sustainable Development*, 30(3), 447-461. <https://doi.org/10.1002/sd.2258>
- Martín, E. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial Interna: Gestión estratégica responsable de los Recursos Humanos. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 13, 74–83. <https://doi.org/10.36791/tcg.v13i0.80>
- May G., Barroso E. & Hernández L. (2020). Validación de un instrumento para medir estados afectivos y compromiso organizacional en profesores universitarios. *Nova scientia*, 12(24)Epub 02 de julio de 2020. <https://doi.org/10.21640/ns.v12i24.2248>
- Mena, F. G. (2019, febrero 11). *Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social.* Gestión.

- <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>
- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1991). "A Three Component Conceptualization of Organizational Commitment", *Human Resources Management Review*, 1, 61–89.
- Mendoza, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Editorial San Marcos.
- Ministra Silva destaca que el turismo genera 1 millón 300 mil puestos de trabajo*. (2020). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. <https://www.mincetur.gob.pe/ministra-silva-destaca-que-el-turismo-genera-1-millon-300-mil-puestos-de-trabajo/>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2023). *Se invertirán más de S/ 500 millones en el Plan "Con Punche Perú Turismo" para reactivar el sector*. https://www.mef.gob.pe/index.php/?option=com_content&view=article&id=7673&Itemid=101108&lang=es
- Mowday, R. (1998). Reflections on the study and relevance of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 8(4), 387-401. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(99\)00006-6](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(99)00006-6)
- Monsalve-Castro, C.; Riaño, F. N.; Luzardo-Briceño, M. (2021). Prácticas de alto rendimiento y su incidencia en el compromiso organizacional. Un estudio en colaboradores de una caja de compensación familiar en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (90), 235-254. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n90.2021.2976>
- Nadal, P. (2022, abril 29). ¿Cuánto contamina un turista? Ediciones El País https://elpais.com/elpais/2022/04/28/paco_nadal/1651175985_903934.html
- Nava-Soto, Mariana Ivonne, García-Uribe, Emmanuel Francisco, & Ramos-Rubio, Patricia. (2022). Modelo Predictivo de Predisposición y Compromiso Organizacional. *Investigación administrativa*, 51(130), 00002. Epub 08 de agosto de 2022. <https://doi.org/10.35426/iav51n130.02>
- Nguyen, T. T. H., Pham, T. T. H., Le, Q. B., Pham, T. T. H., Bui, T. V. A., & Nguyen, T. Q. A. (2020). Impact of corporate social responsibility on organizational

- commitment through organizational trust and organizational identification. *Management Science Letters*, 10(14), 3453-3462. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.032>
- Oh, K. S., Han, J. R., & Park, S. R. (2021). The influence of hotel employees' perception of csr on organizational commitment: The moderating role of job level. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22). <https://doi.org/10.3390/su132212625>
- Puentes, R., Antequera, J., & Velasco, M. (2008). La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. Fundación Dialnet, ISBN 978-84-7356-556-1, pág. 48.
- Quispe, R., & Paucar, S. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional de docentes en una universidad pública de Perú. *Apuntes universitarios*, 10(2), 64–83. <https://doi.org/10.17162/au.v10i2.442>
- Raffo, F. (2020, octubre 1). *Un paraíso... lleno de basura [reportaje gráfico]*. RPP. <https://rpp.pe/peru/actualidad/un-paraiso-lleno-de-basura-reportaje-grafico-noticia-1295766>
- Ramírez, R. I., Alemán, L. S., Herrera, B. A., & Antequera, R. R. (2022). Dimensiones de la responsabilidad social corporativa: análisis en las cámaras de comercio. *Información Tecnológica*, 33(4), 93–100. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000400093>
- Ramón, P. & Sulca, A. (2007). *Estadística aplicada a la investigación educativa*. Editorial San Marcos.
- Rapimán Salazar, María Eugenia, & Chibey Rivas, Tamara Jesús. (2022). Privacidad de la información en la investigación social de naturaleza cualitativa: la transición hacia el mundo digital. *Acta bioethica*, 28(2), 197-203. <https://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2022000200197>
- Revuelto-Taboada, L., Canet-Giner, M. T., & Balbastre-Benavent, F. (2021). High-commitment work practices and the social responsibility issue: Interaction and benefits. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1-25. <https://doi.org/10.3390/su13020459>
- Rodrigues, M., & Franco, M. (2019). The corporate sustainability strategy in organisations: A systematic review and future directions. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22). <https://doi.org/10.3390/su11226214>

- Rodriguez, M., & Mendivelso, F. (Eds.). (2018). DISEÑO DE INVESTIGACIÓN DE CORTE TRANSVERSAL: Vol. 21 (3): 141-146. Revista Médica Sanitas. <https://revistas.unisanitas.edu.co/index.php/rms/article/view/368/289>
- Socorro Márquez, F. O., Valle, I. D. del, Serradell-López, E., & Ortiz, G. E. R. (2023). Collective Social Responsibility: An extended three-dimensional model of Corporate Social Responsibility for contemporary society. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 107, 259–288. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.107.20611>
- Sánchez, H. & Reyes, C. (2015). Metodología y Diseños en la Investigación Científica. Editorial Visión Universitaria.
- Sánchez, J., Rivas, R., Echaiz, C., & Hidalgo, I. (2021). Vista de Liderazgo democrático y compromiso organizacional en la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía. *Journalacademy.net*. <https://www.journalacademy.net/index.php/revista/article/view/128/99>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. doi: <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Tangngisalu, J., Mappamiring, M., Andayani, W., Yusuf, M., & Perdana Kusuma PUTRA, A. H. (2020). CSR and Firm Reputation from Employee Perspective. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 171-182. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.171>
- Tellez-Bedoya, C.-A. (s. f.). *CSR in Restaurants: Analisis of A Study Case in Bogota, Colombia**. <https://orcid.org/0000-0002-4568-0690>
- Turismo en AL generará 5.5 millones de empleos en la siguiente década: WTTC.* (2022, agosto 18). Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/turismo-en-al-generara-5-5-millones-de-empleos-en-la-siguiente-decada-wttc/>
- Torres, J., Hidalgo, M. del M., Romero Zambrano, M., & Espinoza Arauz, M. (2023). La responsabilidad social corporativa y los emprendimientos turísticos; un análisis bibliométrico. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, E58(5), 40-50. <http://www.risti.xyznoe58>
- Treviño-Reyes, R., & López-Pérez, J. F. (2022). Factores críticos en la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y el agotamiento laboral (burnout) en

- docentes de México. *CIT Informacion Tecnologica*, 33(2), 259–268.
<https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000200259>
- Wang, C., Hu, R., & Zhang, T. C. (2020). Corporate social responsibility in international hotel chains and its effects on local employees: Scale development and empirical testing in China. *International Journal of Hospitality Management*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102598>
- World Travel & Tourism Council. (2023). *News article*. Wttc.org. <https://wttc.org/news-article/contribucion-economica-del-sector-de-viajes-y-turismo-al-pib-de-latam-rebasara-los-niveles-prepandemia-wttc>
- World Tourism Organization. (2022). *Un informe de Naciones Unidas subraya la importancia del turismo para la recuperación económica en 2022*. <https://www.unwto.org/es/news/un-informe-de-naciones-unidas-subraya-la-importancia-del-turismo-para-la-recuperacion-economica-en-2022>
- Yasar, K., Emhan, A., & Ebere, P. (2014). Analysis of Organizational Justice, Supervisor Support, and Organizational Commitment: A Case Study of Energy Sector in Nigeria. *Journal Business Studies Quarterly*, 5(3), 38-46.
- Zeler, I., Oliveira, A., & Triano Morales, R. (2022). Responsabilidad Social Corporativa y crisis sanitaria de la Covid-19: la comunicación de las empresas energéticas españolas en Twitter. *Revista de Comunicación*, 21(1), 451–468.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589470678024>
- Zaki, T. S. A. B. T., Abdullah, N. H., Ahmad, M. F., & Hassan, I. (2023). Community-Based Corporate Social Responsibility: A Series of Confirmatory Factor Analyses. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1537>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia								
Título: Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023.								
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p>Problema General:</p> <p>¿Cómo se relaciona la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cómo se relaciona la responsabilidad social corporativa y el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023?</p> <p>¿Cómo se relaciona la responsabilidad social corporativa el compromiso continuo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023?</p> <p>¿Cómo se relaciona la responsabilidad social corporativa y compromiso normativo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación de la responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la relación entre la responsabilidad social corporativa y el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023.</p> <p>Determinar la relación entre la responsabilidad social corporativa el compromiso continuo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023.</p> <p>Determinar la relación entre la responsabilidad social corporativa y compromiso normativo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existe una relación significativa entre la relación de la responsabilidad social corporativa y el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>Existe una relación significativa entre la responsabilidad social corporativa y el compromiso afectivo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023</p> <p>Existe una relación significativa entre la responsabilidad social corporativa el compromiso continuo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023</p> <p>Existe una relación significativa entre la responsabilidad social corporativa y compromiso normativo en las agencias de viaje de la ciudad de Ica, 2023</p>	Variable 1: Responsabilidad social corporativa			<p>Escala de medición</p> <p>Escala: Likert</p> <p>1. Nunca</p> <p>2. Casi nunca</p> <p>3. Algunas veces</p> <p>4. Casi siempre</p> <p>5. Siempre</p> <p>Niveles y rangos</p> <p>Bajo</p> <p>Medio</p> <p>Alto</p>		
			Dimensiones	Indicadores	Ítems			
			Aspectos internos	Gestión de salud y seguridad laboral	1,2,3,4			
				Gestión ante el cambio	5,6,7,8			
				Gestión de incidencia ambiental	9,10,11			
				Gestión humana	12,13,14,15			
				Desafíos ambientales	16,17,18			
			Aspectos externos	Desafíos y normas civiles	19,20,21			
				Aliados estratégicos	22,23,24			
				Población local	25,26,27			
			Variable 2: Compromiso organizacional					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de medición	Niveles y rangos
			Compromiso afectivo	Lazos emocionales	1,2,3		Escala: Likert	
				Percepción de satisfacción de las necesidades	4,5,6			
Compromiso Continuo	Orgullo de la pertenencia a la empresa	7,8,9						
	Necesidad de trabajo en la empresa	10,11,12						
Compromiso Normativo	Reciprocidad con la empresa	13,14,15						
	Obligación y deber con la empresa	16,17,18						
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar				
Nivel: Explicativa	Población: 120 trabajadores	Variable 1: Responsabilidad social corporativa Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Ramírez, Alemán, Herrera y Antequera (2022)		DESCRIPTIVA: Mediante tablas y figuras INFERENCIAL: Regresión ordinal				
Diseño: No experimental de corte transversal	Muestra: 92 trabajadores de agencias de viajes ubicadas en la ciudad de Ica.	Variable 2: Compromiso organizacional Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Baez, Zayas, Velázquez y Lao (2019)						
Método: Hipotético deductivo	Tipo de muestreo: Probabilística aleatorio simple							

Anexo 02. Matriz de operacionalización de Responsabilidad Social Corporativa

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Nivel y rango de la variable
Responsabilidad Social Corporativa	La responsabilidad social corporativa, siendo esta una decisión estratégica voluntaria que supera las obligaciones legales, abarcando elementos sustentables, administración de recursos organizacionales para optimizar la confiabilidad de los sistemas y protección organizacional, ampliando la accesibilidad a servicios y progreso del ambiente en general y organizacional. Ramírez, Alemán, Herrera y Antequera (2022)	La variable fue medida a través del cuestionario de responsabilidad social corporativa elaborado por Ramírez, Alemán, Herrera y Antequera (2022) en el cual se considera dos dimensiones: aspectos internos y aspectos externos. Las cuales tienen dos indicadores por componen un total de ocho indicadores y un total de 27 ítems reflejados en el instrumento de investigación.	Aspectos internos	Gestión de salud y seguridad laboral	1,2,3,4	Escala: Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo Medio Alto
				Gestión ante el cambio	5,6,7,8		
				Gestión de incidencia ambiental	9,10,11		
				Gestión humana	12,13,14,15		
				Desafíos ambientales	16,17,18		
			Aspectos externos	Desafíos y normas civiles	19,20,21		
				Aliados estratégicos	22,23,24		
Población local	25,26,27						

Elaboración propia.

Anexo 03. Matiz de operacionalización de Compromiso organizacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Nivel y rango de la variable
Compromiso Organizacional	El compromiso organizacional, es uno de los tópicos desafiantes e investigados, actualmente, en los campos de la administración, comportamiento organizativo y recursos humanos. Es un tópico ampliamente investigado fruto a su relación con los principales factores del éxito de las organizaciones como son el rendimiento, el ausentismo, la fluctuación de personal y la intención abandono. Baez, Zayas, Velázquez y Lao (2019)	La variable fue medida a través del cuestionario de compromiso organizacional elaborado por Meyer y Allen, teoría usada por Baez, Zayas, Velázquez y Lao (2019) en el cual se considera tres dimensiones: compromiso afectivo, compromiso continuo, compromiso normativo. Las cuales tienen dos indicadores por cada una, conformando 18 ítems basados en el instrumento de investigación.	Compromiso afectivo	Realización personal	1,2,3	Escala: Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo Medio Alto
				Pertenencia	4,5,6		
			Compromiso Continuo	Inversión	7,8,9		
				Consecuencias	10,11,12		
			Compromiso Normativo	Conveniencia	13,14,15		
				Culpabilidad	16,17,18		

Anexo 04: INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Estimado(a) participante:

El presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información sobre Responsabilidad social corporativa. Por favor, marque la valoración que consideres, las respuestas son de carácter anónimo.

Escala de Likert:

- 5. Siempre (S)
- 4. Casi Siempre (CS)
- 3. Algunas veces (AV)
- 2. Casi nunca (CN)
- 1. Nunca (N)

DIMENSIÓN 1: ASPECTOS INTERNOS		1	2	3	4	5
INDICADOR: GESTIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD LABORAL						
1	Sientes que ha una proporción equitativa entre hombres y mujeres incluso con el salario.					
2	Las instalaciones de la empresa son adecuadas para realizar las actividades productivas.					
3	La empresa capacita a sus colaboradores a base a su puesto de trabajo.					
4	Se proporcionan capacitaciones de normas y acciones para la prevención de accidentes.					
INDICADOR: GESTIÓN ANTE EL CAMBIO						
5	Se visualiza el código de ética en las instalaciones de la empresa.					
6	Existe un comité de responsabilidad social presenta propuesta o promociona la RSC.					
7	Existe un trato equitativo para las personas con discapacidad dentro de la organización.					
8	Los proveedores o terceros siguen lineamientos responsables que la empresa ha establecido.					
INDICADOR: GESTIÓN DE INCIDENCIA AMBIENTAL						
9	La empresa promueve y/o realiza capacitaciones en RSC.					
10	Existen mensajes en las instalaciones que promueven el ahorro de energía y agua.					
11	Existen sanciones para aquellos que no respeten las normas de cuidado y preservación ambiental.					
INDICADOR: GESTIÓN HUMANA						
12	El área de recursos humanos realiza practicas responsables como pagos justos de horas extras y demás beneficios.					
13	La empresa usa estrategias para que el personal no renuncie a su trabajo.					
14	Se incentivan practicas sostenibles y sustentables					
15	La empresa impulsa las iniciativas de equidad de género y trabajo equitativo.					
INDICADOR: DESAFIOS AMBIENTALES						
16	Se realizan programas o prácticas que favorezcan a la mejoría del cambio climático.					
17	La empresa promueve el reciclaje para evitar el desperdicio de papel u otros productos.					
18	Las actividades realizadas en la empresa son de manera responsable.					
DIMENSIÓN 2: ASPECTOS EXTERNOS		1	2	3	4	5
INDICADOR: DESAFIOS Y NORMAS CIVILES						
19	La empresa respeta las normativas de cuidado y preservación ambiental de la zona.					
20	La empresa considera practicas inclusivas donde no existe racismo.					
21	La empresa respeta los derechos universales del equipo de trabajo y clientes.					
INDICADOR: ALIADOS ESTRATÉGICOS						
22	La empresa considera stakeholders con prácticas de RSC.					
23	La empresa realiza convenios con organizaciones responsables.					
24	La empresa establece metas para obtener certificaciones o reconocimientos de RSC.					
INDICADOR: POBLACIÓN LOCAL						
25	La empresa participa de actividades en conjunto con otras en beneficio de la zona donde se encuentra.					
26	La empresa se preocupa por mantener en buenas condiciones los alrededores de las instalaciones.					
27	La empresa promueve el empleo para las personas que viven en la zona					

Anexo 05: INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Estimado(a) participante:

El presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información sobre Compromiso organizacional. Por favor, marque la valoración que consideres, las respuestas son de carácter anónimo.

Escala de Likert:

- 5. Siempre (S)
- 4. Casi Siempre (CS)
- 3. Algunas veces (AV)
- 2. Casi nunca (CN)
- 1. Nunca (N)

DIMENSIÓN 1: COMPROMISO AFECTIVO		1	2	3	4	5
INDICADOR: LAZOS EMOCIONALES						
1	Tengo confianza en los valores de la empresa					
2	Me he integrado plenamente con la empresa					
3	Tengo voluntad por dar mi mejor esfuerzo para el éxito de la empresa.					
INDICADOR: PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES						
4	Estoy convencido que la empresa satisface mis necesidades.					
5	La empresa tiene un significado importante para mí como profesional.					
6	La empresa me incentiva a mejorar mi desempeño laboral.					
DIMENSIÓN 2: COMPROMISO CONTINUO		1	2	3	4	5
INDICADOR: ORGULLO DE LA PERTENENCIA A LA EMPRESA						
7	Manifiesto orgullo por pertenecer a la empresa.					
8	Aceptaría cualquier tipo de asignación de labores para continuar en la empresa.					
9	Sería complicado para mí dejar la empresa, inclusive si lo quisiera.					
INDICADOR: NECESIDAD DE TRABAJO EN LA EMPRESA						
10	Otras personas dependen de mis ingresos de esta empresa.					
11	Poseo capacidades y aptitudes para encontrar otro empleo.					
12	Permanecer en esta empresa es una cuestión de necesidad como deseo.					
DIMENSIÓN 3: COMPROMISO NORMATIVO						
INDICADOR: RECIPROCIDAD CON LA EMPRESA						
13	Existen circunstancias que estrechen fuertemente mi relación laboral con la empresa.					
14	He recibido algún tipo de apoyo especial de parte de la empresa.					
15	Me considero leal a la empresa					
INDICADOR: OBLIGACIÓN Y DEBER CON LA EMPRESA						
16	Tendría sentimiento de culpabilidad si dejara la empresa.					
17	Tengo una sensación de deuda con la institución.					
18	Tengo la obligación de permanecer en la empresa					

Anexo 06

Evaluación por juicio de expertos

1. Datos generales del evaluador

Nombres y apellidos:	NERIO JANAMPA ACUÑA
Número de documento de identidad:	28270171
Grado profesional:	Doctor en Administración
Área de experiencia profesional:	Gestor
Institución laboral:	MINEDU y UCV
Tiempo de experiencia profesional:	Más de 10 años
Experiencia en investigación:	Más de 7 años

2. Propósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre del instrumento:	Cuestionario
Autora:	Diana Teresa, Cruz Lezama
Procedencia:	Del autor
Administración:	Asistida (x) Autoaplicable ()
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de agencias de viaje
Significación:	Está compuesta por dos variables: -La primera variable contiene 2 dimensiones, de 8 indicadores y 27 Ítems en Total. El objetivo es medir la relación de variables. -La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 6 indicadores y 18 Ítems en Total. El objetivo es medir la relación de variables

4. Soporte teórico

Variable 1: Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa, siendo esta una decisión estratégica voluntaria que supera las obligaciones legales, abarcando elementos sustentables, administración de recursos organizacionales para optimizar la confiabilidad de los sistemas y protección organizacional, ampliando la accesibilidad a servicios y progreso del ambiente en general y organizacional.

Ramírez, Alemán, Herrera y Antequera (2022)

Instrumento	Dimensiones	Definición
Responsabilidad social corporativa	Aspectos internos	Guzmán (2016) define a la responsabilidad social corporativa en su dimensión interna como una vinculación directa al recurso humano y social de las organizaciones y por medio de la gestión del talento humano (GTH) podría materializarse el bienestar del recurso humano, involucrando así el funcionamiento organizacional.
	Aspectos externos	Licandro (2022) señaló respecto a responsabilidad social corporativa externa (RSCE) se basa en los aspectos externos de la organización, como es el caso de los stakeholders, teoría elaborada inicialmente por Edward Freeman, la cual consiste en satisfacer las necesidades y demandas.

Variable 2: Compromiso organizacional

El compromiso organizacional es uno de los tópicos desafiantes e investigados, actualmente en los campos de la administración comportamiento organizativo y recursos humanos. Es un tópico ampliamente investigado fruto a su relación con los principales factores del éxito de las organizaciones como son el rendimiento, el ausentismo, la fluctuación de personal y la intención de abandono, Baez, Zayas, Velázquez y Lao (2019).

Instrumento	Dimensiones	Definición
Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Gabini (2020) señaló que el compromiso afectivo involucra lazos emocionales que acercan al colaborador con la organización, siendo considerada como una manera de compromiso organizacional.
	Compromiso continuo	Cuenca y López (2020), manifestaron que bajo este marco conceptual el colaborador tiene o siente la necesidad de permanecer en la empresa, por lo cual sus oportunidades fuera de la organización son limitadas, considerando de ese modo que retirarse de la empresa sería contraproducente por perder tiempo, dinero y esfuerzo.
	Compromiso normativo	Arias y López (2020) hicieron referencia al compromiso normativo como el ambiente que existe entre la organización y colaborador, aquí se consideran los beneficios que la empresa otorga al colaborador como motivación organizacional.

5. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento el instrumento "Marketing digital y Satisfacción del cliente de la empresa Yaku Corp. Perú, Huachipa, 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los siguientes ítems, según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
<p>CLARIDAD</p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene una relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que se está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala del 1 al 4 su valoración; asimismo, brinde sus observaciones, en caso de considerar necesario.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: **Responsabilidad social corporativa**

Primera dimensión: **Aspectos internos**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Gestión de la salud y seguridad laboral	1,2,3,4				
Sientes que ha una proporción equitativa entre hombres y mujeres incluso con el salario.		4	4	4	
Las instalaciones de la empresa son adecuadas para realizar las actividades productivas.		4	4	4	
La empresa capacita a sus colaboradores a base a su puesto de trabajo.		4	4	4	
Se proporcionan capacitaciones de normas y acciones para la prevención de accidentes.		4	4	4	
Indicador: Gestión ante el cambio	5,6,7,8				
Se visualiza el código de ética en las instalaciones de la empresa.		4	4	4	
Existe un comité de responsabilidad social presenta propuesta o promociona la RSC.		4	4	4	
Existe un trato equitativo para las personas con discapacidad dentro de la organización.		4	4	4	
Los proveedores o terceros siguen lineamientos responsables que la empresa ha establecido.		4	4	4	
Indicador: Gestión de incidencia ambiental	9,10,11				
La empresa promueve y/o realiza capacitaciones en RSC.		4	4	4	
Existen mensajes en las instalaciones que promueven el ahorro de energía y agua.		4	4	4	
Existen sanciones para aquellos que no respeten las normas de cuidado y preservación ambiental.		4	4	4	
Indicador: Gestión humana	12,13,14,15				
El área de recursos humanos realiza practicas responsables como pagos justos de horas extras y demás beneficios.		4	4	4	
La empresa usa estrategias para que el personal no renuncie a su trabajo.		4	4	4	
Se incentivan practicas sostenibles y sustentables		4	4	4	
La empresa impulsa las iniciativas de equidad de género y trabajo equitativo.		4	4	4	

Indicador: Desafíos ambientales	16,1 7,18				
Se realizan programas o prácticas que favorezcan a la mejoría del cambio climático.	4	4	4	4	
La empresa promueve el reciclaje para evitar el desperdicio de papel u otros productos.	4	4	4	4	
Las actividades realizadas en la empresa son de manera responsable.	4	4	4	4	

Segunda dimensión: **Aspectos externos**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Desafíos y normas civiles	19,2 0,21				
La empresa respeta las normativas de cuidado y preservación ambiental de la zona.		4	4	4	
La empresa considera practicas inclusivas donde no existe racismo.		4	4	4	
La empresa respeta los derechos universales del equipo de trabajo y clientes.		4	4	4	
Indicador: Aliados estratégicos	22,2 3,24				
La empresa considera stakeholders con prácticas de RSC.		4	4	4	
La empresa realiza convenios con organizaciones responsables.		4	4	4	
La empresa establece metas para obtener certificaciones o reconocimientos de RSC.		4	4	4	
Indicador: Población local	25,2 6,27				
La empresa participa de actividades en conjunto con otras en beneficio de la zona donde se encuentra.		4	4	4	
La empresa se preocupa por mantener en buenas condiciones los alrededores de las instalaciones.		4	4	4	
La empresa promueve el empleo para las personas que viven en la zona		4	4	4	

Dimensiones del instrumento: **Compromiso organizacional**

Primera dimensión: Compromiso afectivo

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Realización personal	1,2,3				
Tengo confianza en los valores de la empresa		4	4	4	
Me he integrado plenamente con la empresa		4	4	4	
Tengo voluntad por dar mi mejor esfuerzo para el éxito de la empresa.		4	4	4	
Indicador: Pertenencia	4,5,6				
Estoy convencido que la empresa satisface mis necesidades.		4	4	4	
La empresa tiene un significado importante para mí como profesional.		4	4	4	
La empresa me incentiva a mejorar mi desempeño laboral.		4	4	4	

Segunda dimensión: **Compromiso continuo**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Orgullo de la pertenencia a la empresa	7,8,9				
Manifiesto orgullo por pertenecer a la empresa.		4	4	4	
Aceptaría cualquier tipo de asignación de labores para continuar en la empresa.		4	4	4	
Sería complicado para mí dejar la empresa, inclusive si lo quisiera.		4	4	4	
Indicador: Necesidad de trabajo en la empresa	10,11,12				
Otras personas dependen de mis ingresos de esta empresa.		4	4	4	
Poseo capacidades y aptitudes para encontrar otro empleo.		4	4	4	

Permanecer en esta empresa es una cuestión de necesidad como deseo.		4	4	4	
---	--	---	---	---	--

Tercera dimensión: **Compromiso normativo**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Reciprocidad con la empresa	13,14,15				
Existen circunstancias que estrechen fuertemente mi relación laboral con la empresa.		4	4	4	
He recibido algún tipo de apoyo especial de parte de la empresa.		4	4	4	
Me considero leal a la empresa		4	4	4	
Indicador: Recompra	16,17,18				
Tendría sentimiento de culpabilidad si dejara la empresa.		4	4	4	
Tengo una sensación de deuda con la institución.		4	4	4	
Tengo la obligación de permanecer en la empresa		4	4	4	

Firma del Experto Informante.

DNI N° 28270171

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Datos generales del evaluador

Nombres y apellidos:	ALBERTO MIGUEL, VIZCARRA QUIÑONES
Número de documento de identidad:	09330150
Grado profesional:	MBA
Área de experiencia profesional:	CONTADOR, DOCENTE EN INVESTIGACIÓN, MASTER EN ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
Institución laboral:	UCV, UTP, UPN, DC COMPANY, UNIMARKOVICH
Tiempo de experiencia profesional:	Más de 10 años
Experiencia en investigación:	Más de 5 años

Propósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos de la escala

Nombre del instrumento:	Cuestionario
Autora:	Diana Teresa, Cruz Lezama
Procedencia:	Del autor
Administración:	Asistida (x) Autoaplicable ()
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de agencias de viaje
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <p>-La primera variable contiene 2 dimensiones, de 8 indicadores y 27 Ítems en Total. El objetivo es medir la relación de variables.</p> <p>-La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 6 indicadores y 18 Ítems en Total.</p> <p>El objetivo es medir la relación de variables</p>

Soporte teórico

Variable 1: Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa, siendo esta una decisión estratégica voluntaria que supera las obligaciones legales, abarcando elementos sustentables, administración de recursos organizacionales para optimizar la confiabilidad de los sistemas y protección organizacional, ampliando la accesibilidad a servicios y progreso del ambiente en general y organizacional.

Ramírez, Alemán, Herrera y Antequera (2022)

Instrumento	Dimensiones	Definición
Responsabilidad social corporativa	Aspectos internos	Guzmán (2016) define a la responsabilidad social corporativa en su dimensión interna como una vinculación directa al recurso humano y social de las organizaciones y por medio de la gestión del talento humano (GTH) podría materializarse el bienestar del recurso humano, involucrando así el funcionamiento organizacional.
	Aspectos externos	Licandro (2022) señaló respecto a responsabilidad social corporativa externa (RSCE) se basa en los aspectos externos de la organización, como es el caso de los stakeholders, teoría elaborada inicialmente por Edward Freeman, la cual consiste en satisfacer las necesidades y demandas.

Variable 2: Compromiso organizacional

El compromiso organizacional es uno de los tópicos desafiantes e investigados, actualmente en los campos de la administración comportamiento organizativo y recursos humanos. Es un tópico ampliamente investigado fruto a su relación con los principales factores del éxito de las organizaciones como son el rendimiento, el ausentismo, la fluctuación de personal y la intención de abandono, Baez, Zayas, Velázquez y Lao (2019).

Instrumento	Dimensiones	Definición
Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Gabini (2020) señaló que el compromiso afectivo involucra lazos emocionales que acercan al colaborador con la organización, siendo considerada como una manera de compromiso organizacional.
	Compromiso continuo	Cuenca y López (2020), manifestaron que bajo este marco conceptual el colaborador tiene o siente la necesidad de permanecer en la empresa, por lo cual sus oportunidades fuera de la organización son limitadas, considerando de ese modo que retirarse de la empresa sería contraproducente por perder tiempo, dinero y esfuerzo.
	Compromiso normativo	Arias y López (2020) hicieron referencia al compromiso normativo como el ambiente que existe entre la organización y colaborador, aquí se consideran los beneficios que la empresa otorga al colaborador como motivación organizacional.

5. Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento el instrumento "Marketing digital y Satisfacción del cliente de la empresa Yaku Corp. Perú, Huachipa, 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los siguientes ítems, según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	5. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	6. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	7. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	8. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. No cumple con el criterio	El ítem no tiene una relación lógica con la dimensión.
	5. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	6. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	7. Alto nivel	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que se está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	5. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	6. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	7. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	8. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala del 1 al 4 su valoración; asimismo, brinde sus observaciones, en caso de considerar necesario.

6. No cumple con el criterio
7. Bajo nivel
8. Moderado nivel
9. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: **Responsabilidad social corporativa**

Primera dimensión: **Aspectos internos**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Gestión de la salud y seguridad laboral	1,2,3,4				
Sientes que ha una proporción equitativa entre hombres y mujeres incluso con el salario.		4	4	4	
Las instalaciones de la empresa son adecuadas para realizar las actividades productivas.		4	4	4	
La empresa capacita a sus colaboradores a base a su puesto de trabajo.		4	4	4	
Se proporcionan capacitaciones de normas y acciones para la prevención de accidentes.		4	4	4	
Indicador: Gestión ante el cambio	5,6,7,8				
Se visualiza el código de ética en las instalaciones de la empresa.		4	4	4	
Existe un comité de responsabilidad social presenta propuesta o promociona la RSC.		4	4	4	
Existe un trato equitativo para las personas con discapacidad dentro de la organización.		4	4	4	
Los proveedores o terceros siguen lineamientos responsables que la empresa ha establecido.		4	4	4	
Indicador: Gestión de incidencia ambiental	9,10,11				
La empresa promueve y/o realiza capacitaciones en RSC.		4	4	4	
Existen mensajes en las instalaciones que promueven el ahorro de energía y agua.		4	4	4	
Existen sanciones para aquellos que no respeten las normas de cuidado y preservación ambiental.		4	4	4	
Indicador: Gestión humana	12,13,14,15				
El área de recursos humanos realiza practicas responsables como pagos justos de horas extras y demás beneficios.		4	4	4	
La empresa usa estrategias para que el personal no renuncie a su trabajo.		4	4	4	

Se incentivan practicas sostenibles y sustentables		4	4	4	
La empresa impulsa las iniciativas de equidad de género y trabajo equitativo.		4	4	4	
Indicador: Desafíos ambientales	16,17,18				
Se realizan programas o prácticas que favorezcan a la mejoría del cambio climático.	4	4	4	4	
La empresa promueve el reciclaje para evitar el desperdicio de papel u otros productos.	4	4	4	4	
Las actividades realizadas en la empresa son de manera responsable.	4	4	4	4	

Segunda dimensión: **Aspectos externos**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Desafíos y normas civiles	19,20,21				
La empresa respeta las normativas de cuidado y preservación ambiental de la zona.		4	4	4	
La empresa considera practicas inclusivas donde no existe racismo.		4	4	4	
La empresa respeta los derechos universales del equipo de trabajo y clientes.		4	4	4	
Indicador: Aliados estratégicos	22,23,24				
La empresa considera stakeholders con prácticas de RSC.		4	4	4	
La empresa realiza convenios con organizaciones responsables.		4	4	4	
La empresa establece metas para obtener certificaciones o reconocimientos de RSC.		4	4	4	
Indicador: Población local	25,26,27				
La empresa participa de actividades en conjunto con otras en beneficio de la zona donde se encuentra.		4	4	4	
La empresa se preocupa por mantener en buenas condiciones los alrededores de las instalaciones.		4	4	4	
La empresa promueve el empleo para las personas que viven en la zona		4	4	4	

Dimensiones del instrumento: **Compromiso organizacional**

Primera dimensión: Compromiso afectivo

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Realización personal	1,2,3				
Tengo confianza en los valores de la empresa		4	4	4	
Me he integrado plenamente con la empresa		4	4	4	
Tengo voluntad por dar mi mejor esfuerzo para el éxito de la empresa.		4	4	4	
Indicador: Pertenencia	4,5,6				
Estoy convencido que la empresa satisface mis necesidades.		4	4	4	
La empresa tiene un significado importante para mí como profesional.		4	4	4	
La empresa me incentiva a mejorar mi desempeño laboral.		4	4	4	

Segunda dimensión: **Compromiso continuo**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Orgullo de la pertenencia a la empresa	7,8,9				
Manifiesto orgullo por pertenecer a la empresa.		4	4	4	
Aceptaría cualquier tipo de asignación de labores para continuar en la empresa.		4	4	4	
Sería complicado para mí dejar la empresa, inclusive si lo quisiera.		4	4	4	
Indicador: Necesidad de trabajo en la empresa	10,11,12				

Otras personas dependen de mis ingresos de esta empresa.		4	4	4	
Poseo capacidades y aptitudes para encontrar otro empleo.		4	4	4	
Permanecer en esta empresa es una cuestión de necesidad como deseo.		4	4	4	

Tercera dimensión: **Compromiso normativo**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Reciprocidad con la empresa	13,14,15				
Existen circunstancias que estrechen fuertemente mi relación laboral con la empresa.		4	4	4	
He recibido algún tipo de apoyo especial de parte de la empresa.		4	4	4	
Me considero leal a la empresa		4	4	4	
Indicador: Recompra	16,17,18				
Tendría sentimiento de culpabilidad si dejara la empresa.		4	4	4	
Tengo una sensación de deuda con la institución.		4	4	4	
Tengo la obligación de permanecer en la empresa		4	4	4	

DNI N° 09330150

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

Evaluación por juicio de expertos

Datos generales del evaluador

Nombres y apellidos:	GLADY GUISELLELA, JANAMPA GOMEZ
Número de documento de identidad:	44319936
Grado profesional:	Magister en Administración y gestión de empresas
Área de experiencia profesional:	Catedrática en investigación, manager cost, Administradora.
Institución laboral:	UCV, Xpandia SAC.
Tiempo de experiencia profesional:	Más de 12 años
Experiencia en investigación:	Más de 6 años

Propósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos de la escala

Nombre del instrumento:	Cuestionario
Autora:	Diana Teresa, Cruz Lezama
Procedencia:	Del autor
Administración:	Asistida (x) Autoaplicable ()
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de agencias de viaje
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <p>-La primera variable contiene 2 dimensiones, de 8 indicadores y 27 Ítems en Total. El objetivo es medir la relación de variables.</p> <p>-La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 6 indicadores y 18 Ítems en Total.</p> <p>El objetivo es medir la relación de variables</p>

Soporte teórico

Variable 1: Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa, siendo esta una decisión estratégica voluntaria que supera las obligaciones legales, abarcando elementos sustentables, administración de recursos organizacionales para optimizar la confiabilidad de los sistemas y protección organizacional, ampliando la accesibilidad a servicios y progreso del ambiente en general y organizacional.

Ramírez, Alemán, Herrera y Antequera (2022)

Instrumento	Dimensiones	Definición
Responsabilidad social corporativa	Aspectos internos	Guzmán (2016) define a la responsabilidad social corporativa en su dimensión interna como una vinculación directa al recurso humano y social de las organizaciones y por medio de la gestión del talento humano (GTH) podría materializarse el bienestar del recurso humano, involucrando así el funcionamiento organizacional.
	Aspectos externos	Licandro (2022) señaló respecto a responsabilidad social corporativa externa (RSCE) se basa en los aspectos externos de la organización, como es el caso de los stakeholders, teoría elaborada inicialmente por Edward Freeman, la cual consiste en satisfacer las necesidades y demandas.

Variable 2: Compromiso organizacional

El compromiso organizacional es uno de los tópicos desafiantes e investigados, actualmente en los campos de la administración comportamiento organizativo y recursos humanos. Es un tópico ampliamente investigado fruto a su relación con los principales factores del éxito de las organizaciones como son el rendimiento, el ausentismo, la fluctuación de personal y la intención de abandono, Baez, Zayas, Velázquez y Lao (2019).

Instrumento	Dimensiones	Definición
Compromiso organizacional	Compromiso afectivo	Gabini (2020) señaló que el compromiso afectivo involucra lazos emocionales que acercan al colaborador con la organización, siendo considerada como una manera de compromiso organizacional.
	Compromiso continuo	Cuenca y López (2020), manifestaron que bajo este marco conceptual el colaborador tiene o siente la necesidad de permanecer en la empresa, por lo cual sus oportunidades fuera de la organización son limitadas, considerando de ese modo que retirarse de la empresa sería contraproducente por perder tiempo, dinero y esfuerzo.
	Compromiso normativo	Arias y López (2020) hicieron referencia al compromiso normativo como el ambiente que existe entre la organización y colaborador, aquí se consideran los beneficios que la empresa otorga al colaborador como motivación organizacional.

Presentación de instrucciones para el juez

A continuación, a usted le presento el instrumento "Marketing digital y Satisfacción del cliente de la empresa Yaku Corp. Perú, Huachipa, 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los siguientes ítems, según corresponda:

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	9. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	10. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	11. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	12. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	3. No cumple con el criterio	El ítem no tiene una relación lógica con la dimensión.
	8. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	9. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	10. Alto nivel	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que se está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	9. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	10. Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	11. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	12. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala del 1 al 4 su valoración; asimismo, brinde sus observaciones, en caso de considerar necesario.

10. No cumple con el criterio
11. Bajo nivel
12. Moderado nivel
13. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: **Responsabilidad social corporativa**

Primera dimensión: **Aspectos internos**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Gestión de la salud y seguridad laboral	1,2,3,4				
Sientes que ha una proporción equitativa entre hombres y mujeres incluso con el salario.		4	4	4	
Las instalaciones de la empresa son adecuadas para realizar las actividades productivas.		4	4	4	
La empresa capacita a sus colaboradores a base a su puesto de trabajo.		4	4	4	
Se proporcionan capacitaciones de normas y acciones para la prevención de accidentes.		4	4	4	
Indicador: Gestión ante el cambio	5,6,7,8				
Se visualiza el código de ética en las instalaciones de la empresa.		4	4	4	
Existe un comité de responsabilidad social presenta propuesta o promociona la RSC.		4	4	4	
Existe un trato equitativo para las personas con discapacidad dentro de la organización.		4	4	4	
Los proveedores o terceros siguen lineamientos responsables que la empresa ha establecido.		4	4	4	
Indicador: Gestión de incidencia ambiental	9,10,11				
La empresa promueve y/o realiza capacitaciones en RSC.		4	4	4	
Existen mensajes en las instalaciones que promueven el ahorro de energía y agua.		4	4	4	
Existen sanciones para aquellos que no respeten las normas de cuidado y preservación ambiental.		4	4	4	
Indicador: Gestión humana	12,13,14,15				
El área de recursos humanos realiza practicas responsables como pagos justos de horas extras y demás beneficios.		4	4	4	
La empresa usa estrategias para que el personal no renuncie a su trabajo.		4	4	4	
Se incentivan practicas sostenibles y sustentables		4	4	4	
La empresa impulsa las iniciativas de equidad de género y trabajo equitativo.		4	4	4	

Indicador: Desafíos ambientales	16,1 7,18				
Se realizan programas o prácticas que favorezcan a la mejoría del cambio climático.	4	4	4	4	
La empresa promueve el reciclaje para evitar el desperdicio de papel u otros productos.	4	4	4	4	
Las actividades realizadas en la empresa son de manera responsable.	4	4	4	4	

Segunda dimensión: **Aspectos externos**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Desafíos y normas civiles	19,2 0,21				
La empresa respeta las normativas de cuidado y preservación ambiental de la zona.		4	4	4	
La empresa considera practicas inclusivas donde no existe racismo.		4	4	4	
La empresa respeta los derechos universales del equipo de trabajo y clientes.		4	4	4	
Indicador: Aliados estratégicos	22,2 3,24				
La empresa considera stakeholders con prácticas de RSC.		4	4	4	
La empresa realiza convenios con organizaciones responsables.		4	4	4	
La empresa establece metas para obtener certificaciones o reconocimientos de RSC.		4	4	4	
Indicador: Población local	25,2 6,27				
La empresa participa de actividades en conjunto con otras en beneficio de la zona donde se encuentra.		4	4	4	
La empresa se preocupa por mantener en buenas condiciones los alrededores de las instalaciones.		4	4	4	
La empresa promueve el empleo para las personas que viven en la zona		4	4	4	

Dimensiones del instrumento: **Compromiso organizacional**

Primera dimensión: Compromiso afectivo

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Realización personal	1,2,3				
Tengo confianza en los valores de la empresa		4	4	4	
Me he integrado plenamente con la empresa		4	4	4	
Tengo voluntad por dar mi mejor esfuerzo para el éxito de la empresa.		4	4	4	
Indicador: Pertenencia	4,5,6				
Estoy convencido que la empresa satisface mis necesidades.		4	4	4	
La empresa tiene un significado importante para mí como profesional.		4	4	4	
La empresa me incentiva a mejorar mi desempeño laboral.		4	4	4	

Segunda dimensión: **Compromiso continuo**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Orgullo de la pertenencia a la empresa	7,8,9				
Manifiesto orgullo por pertenecer a la empresa.		4	4	4	
Aceptaría cualquier tipo de asignación de labores para continuar en la empresa.		4	4	4	
Sería complicado para mí dejar la empresa, inclusive si lo quisiera.		4	4	4	
Indicador: Necesidad de trabajo en la empresa	10,11,12				
Otras personas dependen de mis ingresos de esta empresa.		4	4	4	
Poseo capacidades y aptitudes para encontrar otro empleo.		4	4	4	

Permanecer en esta empresa es una cuestión de necesidad como deseo.		4	4	4	
---	--	---	---	---	--

Tercera dimensión: **Compromiso normativo**

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

Indicadores	Ítems	Criterios			Observaciones o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Indicador: Reciprocidad con la empresa	13,14,15				
Existen circunstancias que estrechen fuertemente mi relación laboral con la empresa.		4	4	4	
He recibido algún tipo de apoyo especial de parte de la empresa.		4	4	4	
Me considero leal a la empresa		4	4	4	
Indicador: Recompra	16,17,18				
Tendría sentimiento de culpabilidad si dejara la empresa.		4	4	4	
Tengo una sensación de deuda con la institución.		4	4	4	
Tengo la obligación de permanecer en la empresa		4	4	4	

Guisela J.

DNI N° 44319936

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 06. Recibo Turnitin




Recibo digital

Este recibo confirma que Turnitin ha recibido tu trabajo. A continuación, encontrarás la información del recibo perteneciente a tu entrega.

Autor del envío	DIANA TERESA CRUZ LEZAMA
Identificador del trabajo de Turnitin (Identificador de referencia)	2266576964
Título del Envío	CRUZ LEZAMA DIANA TERESA
Título de Tarea	TURNITIN 02 DE ENERO
Fecha del envío	04/01/24, 21:31

 Imprimir

DIANA TERESA CRUZ LEZAMA | CRUZ LEZAMA DIANA TERESA



ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Responsabilidad social corporativa en el compromiso organizacional en agencias de viajes de la ciudad de Ica, 2023

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestría en Administración en Negocios – MBA

AUTORA:
Cruz Lezama, Diana Teresa (orcid.org/0000-0002-5091-4718)

ASESORES:
Dr. Sanchez Diaz, Sebastian (orcid.org/0000-0002-0059-7694)
Dr. Farfan Pimentel, Johnny Felix (orcid.org/0000-0001-6109-4416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gerencias Funcionales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ
2023

Resumen de coincidencias ✕

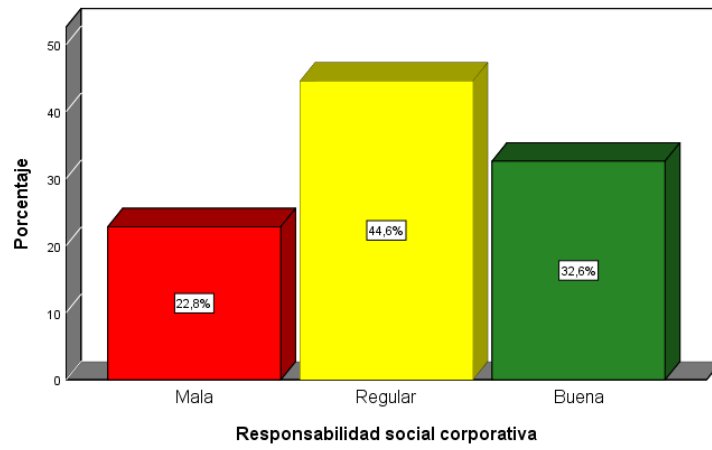
19 %

Se están viendo fuentes estándar

Coincidencias		
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	5 % >
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5 % >
3	www.slideshare.net Fuente de Internet	1 % >
4	uvadoc.uva.es Fuente de Internet	1 % >
5	Meléndez León, María ... Publicación	1 % >
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 % >
7	moam.info Fuente de Internet	<1 % >
8	Entregado a Universida... Fuente de Internet	<1 % >

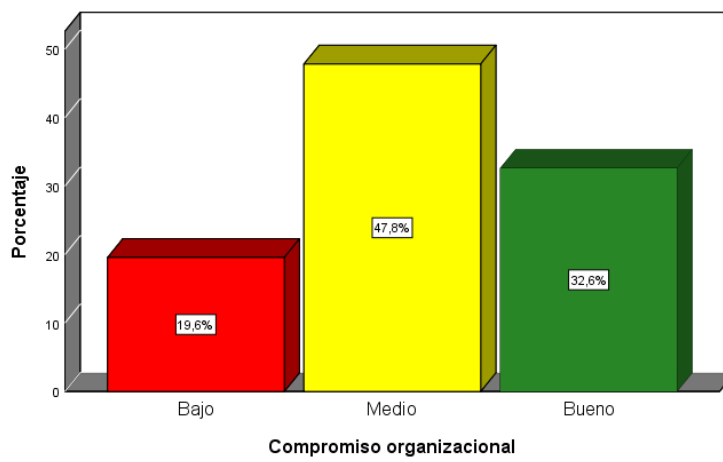
Anexo 07

Niveles de Responsabilidad social corporativa



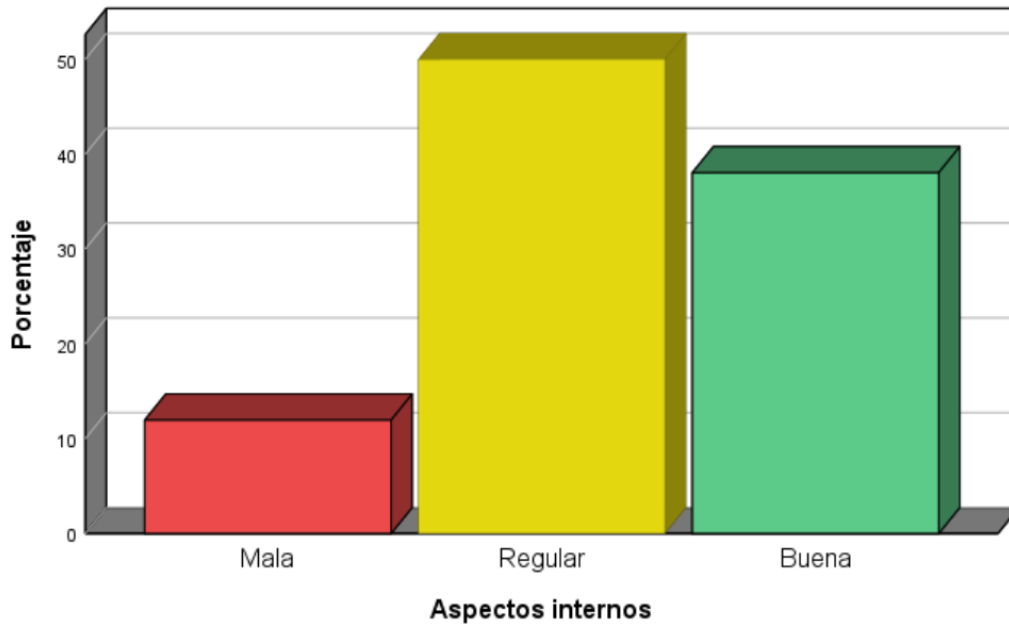
Anexo 08

Niveles de Compromiso organizacional



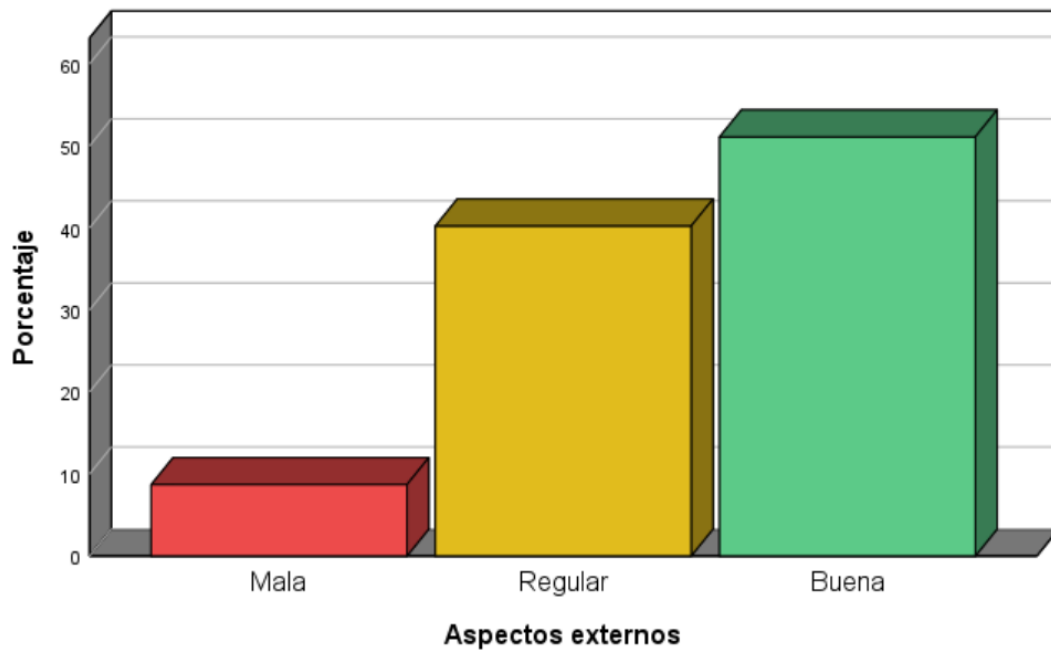
Anexo 09

Niveles de Aspectos internos



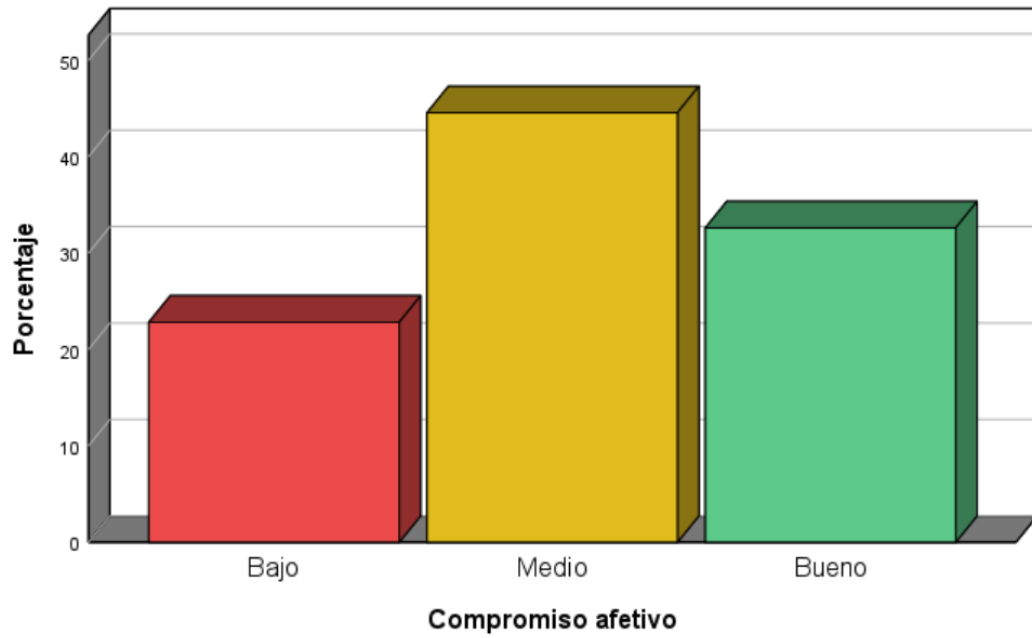
Anexo 10

Niveles de Aspectos externos



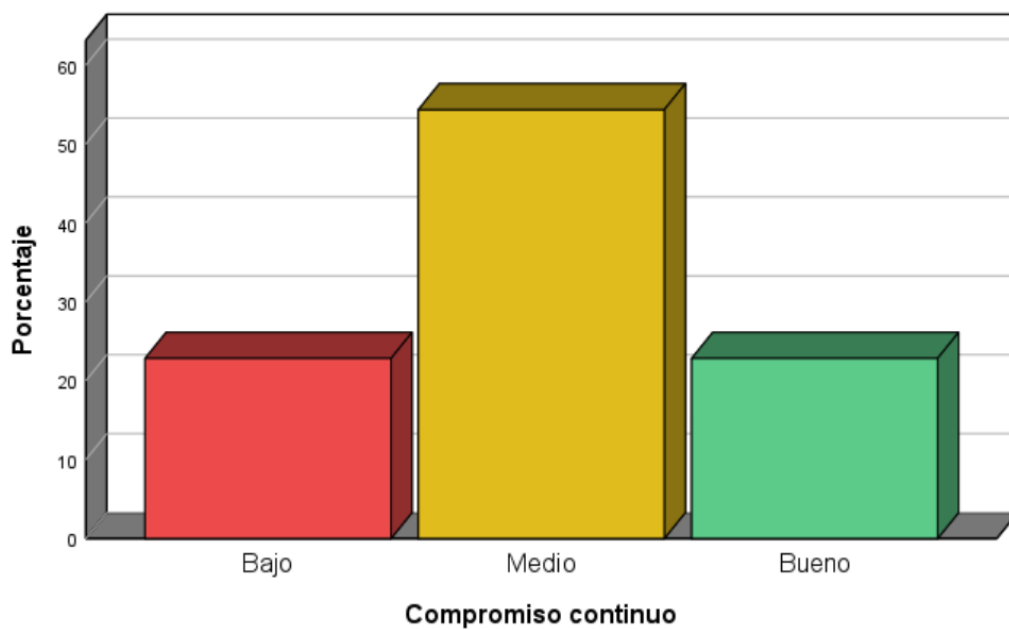
Anexo 10

Niveles de Compromiso afectivo



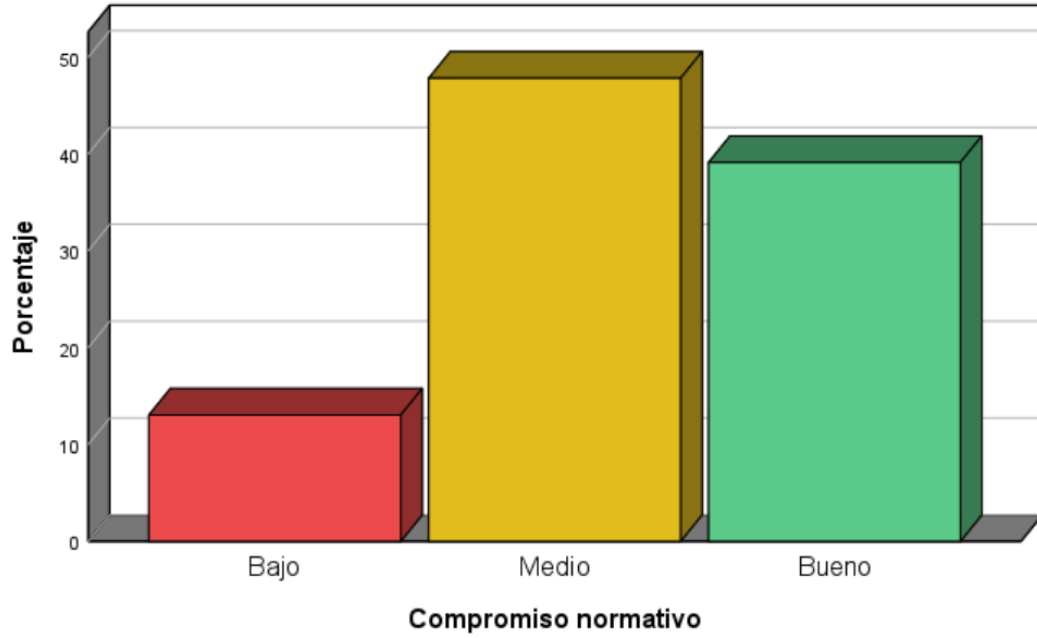
Anexo 11

Compromiso continuo



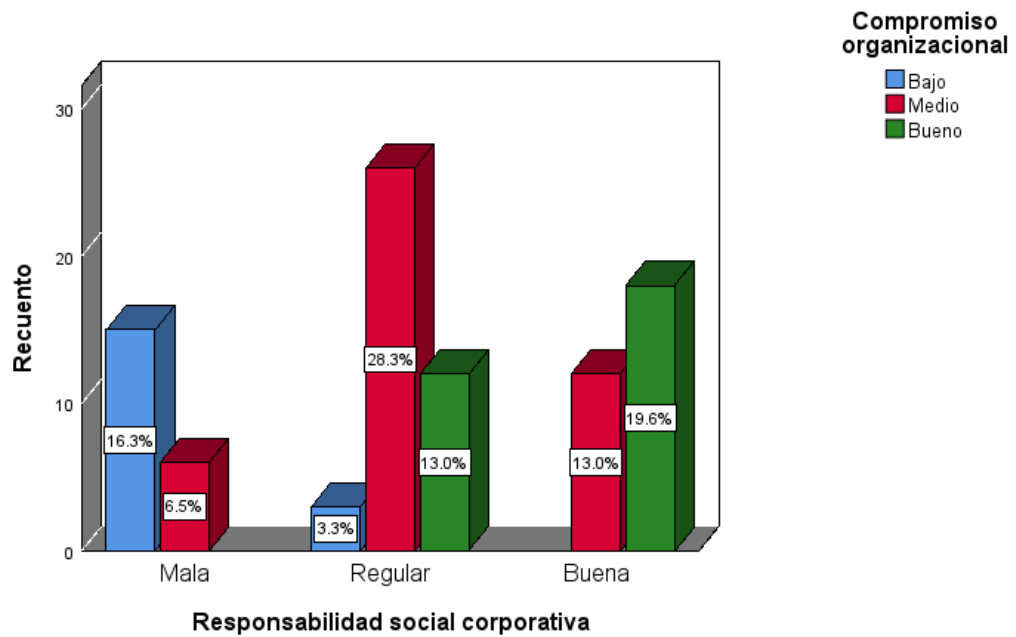
Anexo 12

Compromiso normativo



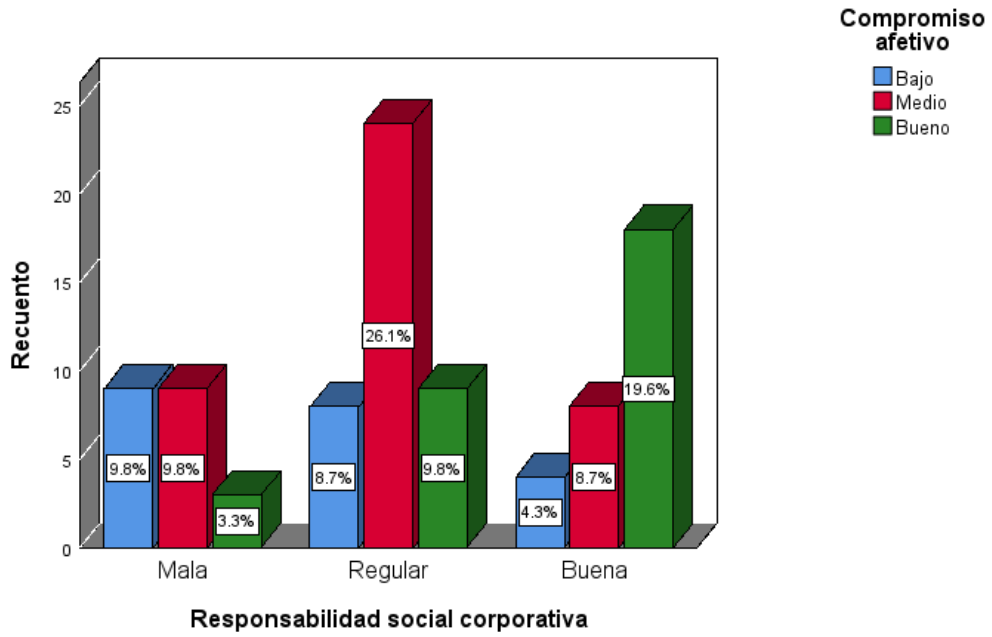
Anexo 13

Tabla cruzada de Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso organizacional.



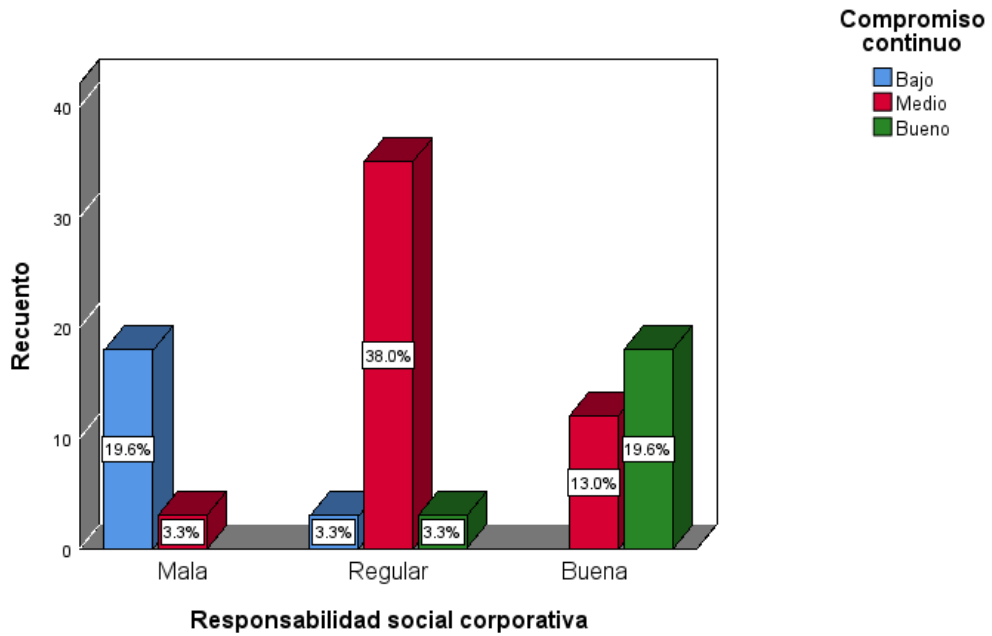
Anexo 14

Tabla cruzada de Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso afectivo.



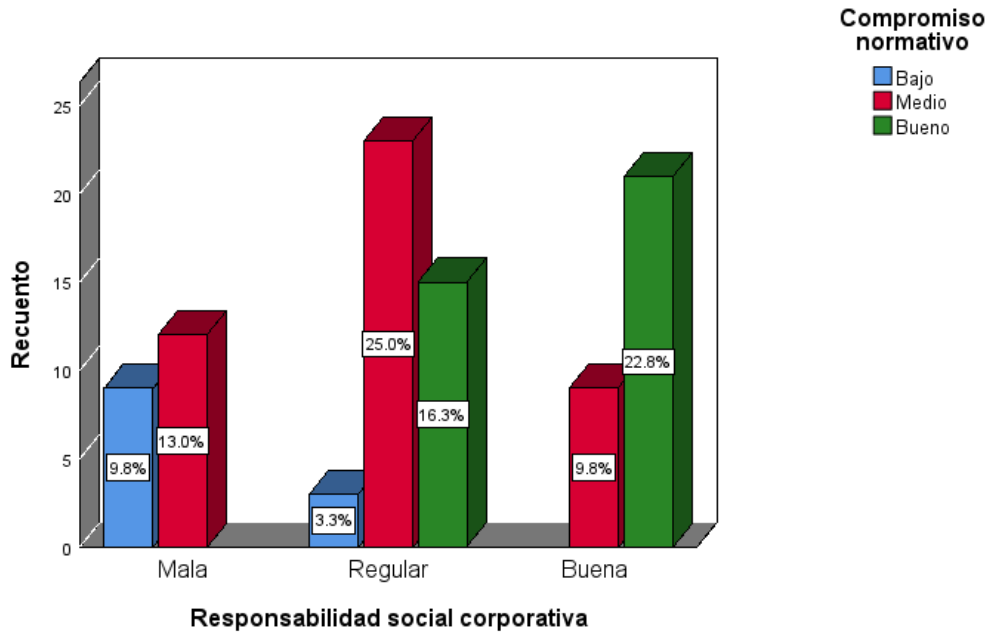
Anexo 15

Tabla cruzada de Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso continuo.



Anexo 16

Tabla cruzada de Responsabilidad social corporativa vs. Compromiso normativo.



Anexo 17

Base de dato de la prueba piloto de las variables

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA																											
ASPECTOS INTERNOS													ASPECTOS EXTERNOS														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27
1	5	5	4	4	5	4	3	1	1	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3
2	5	5	4	4	5	3	3	1	1	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3
3	2	2	1	1	3	4	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1	5	5	2	2	1	1	3	4	1
4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
5	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	4	2	4	4	3	3	2	2	2	3	1
6	3	2	3	2	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	1
7	2	2	2	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1
8	4	5	1	2	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	5	5	4	5	5	4	5	1	2	4	3	4
9	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2	3
10	5	5	3	1	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	1	5	5	3
11	3	3	3	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	1	1	1
12	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4
13	1	4	3	1	3	3	1	2	3	2	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	1	4	3	1	3	3	1
14	5	4	5	3	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5
15	4	3	3	2	3	5	2	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	3	3	2	3	5	2
16	3	3	2	1	3	1	2	1	2	3	3	4	3	3	2	2	4	2	2	3	3	3	2	1	3	1	2
17	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4
18	2	1	2	2	3	3	1	1	1	1	2	3	2	3	2	4	5	3	4	5	2	1	2	2	3	3	1
19	4	4	3	4	4	5	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3
20	4	3	4	4	4	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	2	2	4	3	4	4	4	1	1

COMPROMISO ORGANIZACIONAL																		
	COMPROMISO AFECTIVO						COMPROMISO CONTINUO						COMPROMISO NORMATIVO					
	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45
1	5	3	1	5	1	3	3	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5	4
2	5	4	1	5	5	3	4	5	5	5	5	2	5	5	1	5	5	4
3	1	1	1	1	1	3	1	5	4	5	5	1	3	5	1	5	5	5
4	5	3	2	5	4	2	3	5	4	5	3	4	4	5	3	5	5	5
5	2	2	1	1	1	1	1	2	3	5	1	1	4	3	2	4	3	3
6	4	3	2	3	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4
7	3	2	1	2	2	1	2	3	3	4	2	1	4	1	1	2	2	2
8	5	2	1	3	1	5	1	5	5	5	2	2	3	5	3	5	1	5
9	2	1	1	2	1	2	1	3	2	5	2	1	2	1	2	1	2	1
10	4	3	3	5	4	1	5	5	5	5	3	3	5	5	3	5	4	4
11	3	3	1	3	1	1	1	2	5	5	1	1	1	1	1	3	2	2
12	4	3	4	5	5	3	2	4	5	5	2	3	5	4	2	4	3	4
13	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
14	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	2	2	4	5	3	4	4	4
15	5	4	2	3	3	2	2	5	5	5	1	2	3	4	2	3	3	5
16	5	3	1	5	1	1	3	2	4	5	1	1	2	3	3	3	3	4
17	5	4	2	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	5	2	3	5	5
18	4	2	1	5	2	3	2	3	4	5	2	3	3	3	1	2	5	5
19	5	3	3	1	3	3	4	5	4	4	3	1	3	5	3	3	4	1
20	4	3	2	2	1	1	3	4	2	2	1	1	1	4	2	5	2	1

Resultado de la confiabilidad de las variables

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	27

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	76,9000	405,253	,748	,954
VAR00002	76,9500	406,261	,706	,955
VAR00003	77,3500	415,187	,609	,956
VAR00004	77,8000	426,274	,353	,958
VAR00005	76,7500	408,303	,802	,954
VAR00006	76,9500	413,524	,579	,956
VAR00007	77,9000	403,779	,751	,954
VAR00008	78,0000	404,526	,656	,955
VAR00009	78,0000	417,579	,521	,956
VAR00010	77,7500	417,776	,740	,955
VAR00011	77,5500	409,629	,821	,954
VAR00012	77,2000	423,642	,539	,956
VAR00013	77,6500	412,661	,734	,955
VAR00014	77,5500	411,839	,723	,955
VAR00015	77,2500	415,461	,703	,955
VAR00016	76,8000	406,274	,692	,955
VAR00017	76,2500	415,882	,618	,956
VAR00018	77,2500	410,092	,800	,954
VAR00019	76,5000	406,263	,634	,956
VAR00020	76,2500	411,882	,623	,956
VAR00021	76,9000	405,253	,748	,954
VAR00022	76,9500	406,261	,706	,955
VAR00023	77,3500	415,187	,609	,956
VAR00024	77,8000	426,274	,353	,958
VAR00025	76,7500	408,303	,802	,954
VAR00026	76,9500	413,524	,579	,956
VAR00027	77,9000	403,779	,751	,954

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,904	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	52,5500	155,734	,594	,898
VAR00002	53,7500	161,987	,546	,900
VAR00003	54,8000	164,589	,419	,903
VAR00004	53,2000	151,747	,576	,899
VAR00005	54,1500	149,608	,674	,895
VAR00006	54,2500	160,408	,451	,902
VAR00007	53,9000	154,411	,609	,897
VAR00008	52,5500	153,418	,705	,895
VAR00009	52,5500	159,313	,608	,898
VAR00010	51,9000	169,674	,256	,906
VAR00011	54,0000	156,737	,490	,901
VAR00012	54,5000	154,895	,735	,894
VAR00013	53,3000	156,221	,606	,898
VAR00014	52,7500	145,671	,792	,891
VAR00015	54,4000	168,779	,229	,907
VAR00016	52,8000	158,800	,491	,901
VAR00017	53,0500	154,366	,605	,897
VAR00018	52,9500	152,576	,583	,898