



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

La gestión de responsabilidad social y su relación con el compromiso
laboral, Ferreycorp, Surco, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Muñoz Claro, Estefania Milena (ORCID: 0000-0002-5496-8020)

ASESOR:

Dr. Carranza Estela, Teodoro (ORCID: 0000-0002-4752-6072)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA-PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios, por no dejar que pierda la fe en los momentos más difíciles y a mi ángel de la guarda, M. Bertha, quien fue mi ejemplo de perseverancia.

A mi hija, por su comprensión y valiosa ayuda que fueron claves para la culminación de mi carrera profesional.

A mi madre Milena, por su entrega, tiempo dedicado, apoyo y amor incondicional.

A mi familia, por darme fuerzas y palabras de aliento en cada paso que doy.

Agradecimiento

A Ferreycorp, en especial al equipo de la Asociación Ferreycorp y Responsabilidad Social, por permitirme crecer profesional y personalmente.

A mis amigos y futuros colegas, quienes me compartieron conocimiento, herramientas y facilitaron material valioso para la culminación de esta tesis.

Finalmente, a todas aquellas personas quienes aportaron conocimiento y experiencia a mi vida familiar, personal y profesional.

Página del Jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 25-02-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(ña) ESTEFANIA MILENA MUÑOZ CLARO, cuyo título es: "La Gestión de Responsabilidad Social y su relación con el Compromiso Laboral, Ferreycorp, Surco, 2019".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 1.6 (número) D. i. c. u. s. e. i. a. (letras).

Los Olivos, 17 de diciembre de 2019.


.....
DR. VICTOR DAVILA ARENAZA
PRESIDENTE


.....
MGTR. CARLOS GUERRA BENDEZU
SECRETARIO


.....
DR. TEODORO CARRANZA ESTELA
VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

Yo, Estefania Milena Muñoz Claro, con DNI N° 45667372, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación, datos e información de la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de noviembre del 2019.



Estefania Milena Muñoz Claro

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1 Tipo y diseño de investigación	10
2.2 Operacionalización de variables	11
2.3 Población, muestra y muestreo	15
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.5 Procedimiento	17
2.6 Método de análisis de datos	17
2.7 Aspectos éticos	18
III. RESULTADOS	19
3.1 Análisis descriptivo	19
3.2 Análisis inferencial	22
IV. DISCUSIÓN	26
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.	13
Tabla 2. Validación de expertos	16
Tabla 3. Escala de medidas para evaluar el coeficiente Alfa de Cronbach	16
Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos	17
Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad	17
Tabla 6. Dimensión actividades sociales	19
Tabla 7. Dimensión valores	19
Tabla 8. Dimensión procesos internos	20
Tabla 9. Dimensión compromiso afectivo	20
Tabla 10. Dimensión compromiso de continuidad	21
Tabla 11. Dimensión compromiso normativo	21
Tabla 12. Prueba de normalidad	22
Tabla 13. Tabla de correlación	23
Tabla 14. Prueba de hipótesis general	23
Tabla 15. Prueba de hipótesis específica 1	24
Tabla 16. Prueba de hipótesis específica 2.	25

RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019; para tal fin se consideró la investigación propuesta por Garriga y Melé (2004), quien agrupó en cuatro las distintas teorías que existen sobre la responsabilidad social, dentro de las cuáles se encuentran: instrumentales, integradoras, de carácter político, y sobre ética y moral en los negocios. En ese contexto, respecto a la responsabilidad social, Saavedra (2010) destaca el papel de la empresa y la posibilidad de crear valor incorporando activos tradicionales y activos como la imagen, recursos humanos, ser reconocidas como empresa socialmente responsable y la optimización de sus procesos internos asegurando la preservación del medio ambiente. Por otro lado, Meyer y Allen (como se citó en Robbins y Judge, 2010), proponen que el compromiso laboral se compone de tres dimensiones independientes: compromiso afectivo, dónde el colaborador desarrolla un vínculo emocional con la empresa; compromiso de continuidad, promovido por la necesidad del colaborador de mantenerse en la empresa, y por último compromiso normativo, motivado por un sentimiento de lealtad y retribución.

La investigación fue del tipo aplicada, nivel descriptivo, correlacional; el diseño de investigación fue no experimental de corte transversal y el enfoque cuantitativo. La población constó de 50 colaboradores y la muestra fue censal, es decir toda la población. Se empleó la técnica de la encuesta y el cuestionario tipo Likert fue el instrumento. Se concluye que existe una relación positiva considerable entre la responsabilidad social y el compromiso laboral en Ferreycorp, Surco, 2019.

Palabras clave: Responsabilidad social, compromiso laboral, recursos humanos.

ABSTRACT

The objective of this thesis was to determine the relationship between the social responsibility and labor commitment, Ferreycorp, Surco, 2019; for this purpose, the research proposed by Garriga and Melé (2004) was considered, who grouped into four the different theories that exist on social responsibility, among which are: instrumental, integrative, political, and on ethics and Moral in business. In this context, regarding social responsibility, Saavedra (2010) highlights the role of the company and the possibility of creating value by incorporating traditional assets and assets such as image, human capital, being recognized as a socially responsible company and the optimization of its internal processes ensuring the preservation of the environment. On the other hand, Meyer and Allen (as mentioned in Robbins and Judge, 2010), propose that the work commitment is composed of three independent dimensions: affective commitment, where the collaborator develops an emotional bond with the company; commitment to continuity, promoted by the need of the employee to stay in the company, and finally regulatory commitment, motivated by a feeling of loyalty and retribution.

The investigation was of the applied type, descriptive level, correlational; the research design was non-experimental cross-sectional and the quantitative approach. The population consisted of 50 employees and the sample was census, that is, the entire population. The survey technique was used and the Likert questionnaire was the instrument. It concluded that there is a considerable positive relationship between social responsibility and labor commitment in Ferreycorp, Surco, 2019.

Keywords: Social responsibility, work commitment, human resources.

I. INTRODUCCIÓN.

En el pasado, las empresas prestaban poca atención a la responsabilidad social porque lo consideraban una pérdida de tiempo, estaban enfocadas únicamente a la rentabilidad y no se preocupaban por generar un impacto positivo en sus stakeholders. Sumado a ello, no existían normas sobre responsabilidad social que regularan sus operaciones. La razón de ser de estas empresas se centraba en producir ganancias y el capital humano no era considerado un activo importante para el éxito de la organización, como lo es para las empresas de hoy en día, por lo que el compromiso laboral era inexistente.

Las organizaciones hoy en día conocen el valor de la responsabilidad social y la realización de buenas prácticas que aseguran un desarrollo sostenible. Se ha convertido en una obligación moral velar por su entorno externo e interno; de ahí que surge la imperiosa necesidad de promover una iniciativa que comprometa a las organizaciones a ejecutar sus procesos integrando responsabilidad social: El Pacto Mundial.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, fue concebido en el año 1999 y tiene como principal finalidad promover dentro de las organizaciones la implementación de diez principios fundamentales sobre los derechos de las personas, políticas laborales, medioambiente y anticorrupción. Posteriormente, en el 2015, se aprueban los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) señalando una pauta a las empresas para identificar sobre qué objetivos tienen influencia e implementar en sus procesos acciones que favorezcan un desarrollo sostenible. A la fecha, en el mundo hay más de diez mil empresas comprometidas con los ODS, de las cuales, 125 son peruanas. (CONFIEP, 2019).

Aun cuando el Perú está comprometido a promover prácticas que conlleven al cumplimiento de los ODS, aprobado por los Estados Miembros de la ONU, solo se ha logrado, mediante Resolución N° 033-2015-CSMV/01 emitida en diciembre del 2015 por la SMV (Superintendencia del Mercado de Valores) de Perú, que las organizaciones que cotizan en bolsa emitan un reporte de sostenibilidad que garanticen sus prácticas de responsabilidad social corporativa. Cabe mencionar que al 2019 alrededor de 274 empresas cotizan en bolsa, por lo que resulta insuficiente esta medida, considerando que en el Perú existen más de un millón y medio de empresas, entre micro, pequeña, mediana, gran empresa y las de administración pública (Bolsa de Valores de Lima, 2019). Aún existen muchos vacíos en cuánto a normas y leyes reguladoras para la implementación de responsabilidad

social corporativa, pues se ha dejado a juicio de las empresas en qué medida incorporar responsabilidad social en sus gestiones.

Asimismo, la ISO 26000 (Norma internacional), propone lineamientos que las empresas podrían tomar en cuenta para incorporar en sus gestiones. Todavía hay más por hacer, las normas al respecto solo son orientadoras, más no reguladoras y/o sancionadoras, en ese sentido las prácticas de responsabilidad son voluntarias y no tienen carácter de obligatoriedad.

Ferreycorp consciente de la envergadura de sus operaciones, integra en su gestión a la responsabilidad social, de modo que sus procesos internos impacten de manera positiva a la sociedad, medioambiente y a sus demás grupos de interés, asegurando así un desarrollo sostenible. Ferreycorp desarrolla distintas actividades de responsabilidad social, alguna de ellas son: programa de prácticas de verano, programa Think Big, programa de aprendizaje dual Senati, obras por impuestos, y otras más enfocadas a tener como actores principales a los colaboradores, la carrera Ferreycorp 4K, voluntariado corporativo y abrigando sueños, actividades que tienen por fin recaudar fondos que serán destinados a obras sociales y que al mismo tiempo fomentan en los colaboradores un sentido de compromiso, solidaridad, responsabilidad, trabajo en equipo, empatía, entre otros.

Al respecto, Murdock & Dolezal (2018) examinan la responsabilidad social corporativa (RSC) con una participación activa de los colaboradores. También aborda las presiones sociales, legales, locales y medioambientales a las que se ve enfrentada y de qué manera esto los motiva a realizar RSC. El estudio permite concluir que la RSC ofrece un éxito comercial, principalmente fortalece la relación con los colaboradores y permite lograr objetivos mutuos.

También, Slack, Corlett & Morris (2015) describen la importancia de los colaboradores en la responsabilidad social corporativa (RSC) y en qué forma su participación promueve el compromiso con la organización. Los resultados identificaron impedimentos relevantes para la generación del compromiso laboral. Los colaboradores mostraban desapego con los planes de RSC debido a una comunicación deficiente, poca apreciación de actividades de responsabilidad social y la ausencia de integración entre los objetivos organizacionales y la RSC.

Además, Heung-Jun & Ali (2017) analizan la responsabilidad social corporativa y su repercusión en la actitud de los colaboradores. Sostienen que la responsabilidad social

interna y externa traen consigo efectos positivos en los empleados, como la satisfacción, buenas relaciones laborales, compromiso organizacional, y sentido de cooperación.

El estudio de M-Y Yusliza, Nurul, Chiappetta, Fernando, Fawehinmi & Roman (2019) evidencia una relación entre el compromiso de la alta dirección, la responsabilidad social y la gestión de recursos humanos. Las dos primeras variables mostraban una relación positiva importante, sin embargo, estas últimas no se relacionaron significativamente; ello les permite poner en manifiesto la importancia de realizar prácticas de responsabilidad social internas que involucre una gestión eficiente de los recursos humanos.

Por otro lado, Lévesque, Marc-Antonin, Murray & Bourque (2018) proponen que las estrategias de gestión de responsabilidad social sumada a la eficiente comunicación con los trabajadores logran resultados positivos en ambos. Los resultados del estudio ponen en evidencia la importancia del diálogo entre los directivos de la empresa y los colaboradores, y que se valoren sus capacidades a través de una integración y coordinación multinivel.

Respecto al ámbito laboral de las empresas, Camacho (2015) describe el rol fundamental de las organizaciones en el logro global de prácticas de responsabilidad social internas como el derecho laboral, la equidad de género y la justicia. Concluyen que las empresas socialmente responsables generan una cadena que impulsa a demás actores sociales, empezando por sus propios colaboradores.

Es así que, Licandro & Yapor (2019) realizaron un estudio de las motivaciones de los voluntarios corporativos mediante pregunta abierta. El artículo tuvo por objetivo conocer las motivaciones de los voluntarios en la corporación e identificar si estas provienen de factores personales o del contexto. En base a 185 voluntarios encuestado, los resultados demostraron que las motivaciones son independientes entre sí, que no están asociadas con factores personales de los voluntarios, con excepciones: valores asociados a compromiso organizacional, mejora de la estima se asocia con influir sobre otras personas.

Además, Salazar, Hidalgo y Manríquez (2017) indagaron los componentes de responsabilidad social que generan mayor impacto a los colaboradores dentro de las organizaciones. Se halló que el grado de responsabilidad social de los colaboradores, depende del respeto por los derechos de las personas y políticas laborales, cuidado del medio ambiente, prácticas operacionales honestas, clientes, participación activa de los colaboradores y el bienestar de la comunidad.

Por otro lado, Dawkins (2016) propone que la responsabilidad social puede aplicarse en todo tipo de organizaciones, por lo que el estudio pretende evaluar el impacto de la

responsabilidad social en los colaboradores miembros del sindicato. Los resultados evidenciaron la correlación positiva entre la responsabilidad social sindical y el compromiso sindical, lo que sugiere que la responsabilidad social sindical puede mejorar el apego sindical.

Al respecto, Natea (2017) publica un artículo donde analiza las prácticas internacionales sobre la responsabilidad social en el contexto europeo, en ámbitos legislativos, económicos y de gestión. El estudio concluye que la responsabilidad social va tomando fuerza con el transcurrir de los años, sin embargo, existen desafíos importantes, por lo que es indispensable la implementación de modelos internacionales acerca de la transparencia de las prácticas en el campo.

Igualmente, Piedra & Fleitas (2016) afirman que los países en América y Europa no tienen una sola definición de cómo realizar una gestión de responsabilidad social corporativa (RSC), estas elaboran sus planes bajo su propia perspectiva considerando el contexto en el que operan. Sin embargo, la mayoría de organizaciones coincide en que la RSC debe aplicarse a nivel externo e interno, orientado principalmente al capital humano.

También, Shaukat, Qiu & Trojanowski (2016) describen las teorías de gestión y gobierno corporativo, lo que les permitió evidenciar la relación entre la gestión de la junta y las estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC). Los resultados demostraron que a medida que la orientación de RSC de la junta aumenta, más proactiva e integral es la estrategia de RSC, la misma en la que de manera indefectible se involucra a los stakeholders.

Además, Tello y Rodríguez (2016) amplían la perspectiva sobre la responsabilidad social corporativa y evidencian una relación con los valores y las ganancias privadas. La conclusión principal determina que la responsabilidad social está presente tanto en la conducta humana como en las actividades organizacionales, por lo que resulta importante lograr una integración del capital humano y la organización.

Conjuntamente, Witkowska (2016) analiza características puntuales que deberían estar presentes en la responsabilidad social de las organizaciones: que sea voluntario, orientado a beneficiar a sus grupos de interés (stakeholders), que se integre en las operaciones cotidianas y en la toma de decisiones. Concluye que, hoy en día el concepto de responsabilidad social es la incorporación facultativa de elementos sociales y cuidado del medioambiente en sus operaciones, dirigido a generar un impacto positivo en sus stakeholders.

Es relevante mencionar que las empresas actualmente han encontrado en la responsabilidad social una ventaja competitiva, generando entre otros beneficios, el compromiso de sus colaboradores, a lo que también se le conoce como compromiso laboral.

En su investigación, Allen, Attoh, & Gong (2017) realizan una encuesta a 218 colaboradores del sector privado de Norte América, lo que dio como resultado que una buena gestión de la responsabilidad social interna y externa del líder ayuda a los empleados a concebir una buena percepción de la organización, esto acrecienta su compromiso con la organización.

Del mismo modo, Valentine & Godkin (2017) a través de su investigación definen el nivel de relación de la responsabilidad social corporativa (RSC) con la valoración del compromiso y la intención de rotación de colaboradores de una empresa de servicios bancarios. Los resultados establecieron que la RSC se asocia positivamente al valor del compromiso, y este a su vez se asocia negativamente a la intención de rotación.

Al respecto, Funieru, Paun, & Fenechiu (2016) realizan un cuestionario aplicado a 100 individuos de distintas organizaciones, donde se pone en manifiesto lo importante que es para los colaboradores que la organización sea socialmente responsable, estas prácticas los alienta a mantener una buena actitud dentro de la organización. Además, se muestran altamente dispuestos a ser parte de las actividades sociales que realice la empresa. Se concluyó la responsabilidad social tiene un efecto positivo en los recursos humanos, fomentándoles un sentido de compromiso y empatía.

Además, Obrad & Gherheş (2018) muestran en su investigación en qué medida las empresas multinacionales del sector automotriz ubicadas en Rumanía implementan la gestión del capital humano y la responsabilidad social. Los resultados revelaron que las organizaciones son conscientes de que la responsabilidad social externa e interna generan una ventaja competitiva; por un lado, promueven una mejor reputación; y por otro, fomentan una mayor cooperación de los colaboradores en las diversas actividades de la organización.

Además, Fonseca & Cruz (2019) buscó profundizar sobre el compromiso organizacional y el bienestar subjetivo de los colaboradores, para tal efecto evaluó a 230 trabajadores de una institución pública educativa en México. Se concluyó que un incremento del compromiso organizacional incide en el bienestar subjetivo de los colaboradores.

Asimismo, Takrim, Atiq-ur-Rehman, & Amin (2015) estableció la correlación del entorno y compromiso organizacional, en sus tres dimensiones. Realizaron una encuesta a 71 profesores universitarios, encontrando que el entorno organizacional es determinante para

el compromiso organizacional, considerando factores como: buen clima, bienestar y trato justo.

También, Mei, Ong & Pei (2017) a través de una encuesta a colaboradores de medianas y pequeñas empresas recogen la percepción sobre la ética y la dimensión interna de responsabilidad social. Concluyeron que las prácticas internas actúan como mediadoras entre la responsabilidad social y el compromiso laboral.

Gravili (2017) en su artículo de investigación aborda la adopción de la responsabilidad social corporativa en 2678 empresas ubicadas en 13 países, con una clara conjetura que la dimensión cultural es un elemento importante en la forma de involucrar a los colaboradores en las actividades de responsabilidad social y en el modo de transmitir los valores de la organización. Concluye que una organización socialmente responsable promueve redes de colaboración, empatía y compromiso.

Respecto al capital humano, Milfelner, Potocnik, & Zizek (2015) aseguran que es un factor esencial de la responsabilidad social y que es antecesor del desempeño organizacional, siendo uno de sus elementos el compromiso. Además, sostienen que la responsabilidad social contenida en la gestión de los recursos humanos conduce al bienestar del colaborador y eso lo conlleva a tener una buena actitud en el trabajo.

Del mismo modo, Lechuga, Martínez-Martínez, Manuel & Herrera (2018) recogen información de colaboradores de 481 Pymes Españolas, los resultados del estudio confirman un impacto directo de la gestión del capital humano en el compromiso organizacional. Hacen hincapié en la poca atención que se le presta a la responsabilidad social interna: los colaboradores.

También, D'aprile & Talò (2015) realizaron una encuesta a 345 empleados en el sur de Italia, la que confirmó que la responsabilidad social tiene una importante relación con el compromiso organizacional. Además, el estudio sugiere que una apropiada gestión del capital humano fomenta la participación y compromiso de los empleados en actividades socialmente responsables.

Mory, Wirtz, & Göttel (2016) en su artículo indagaron respecto a cómo los empleados perciben la responsabilidad social en la organización y como ello influye en su compromiso laboral. Los resultados evidenciaron que la responsabilidad social interna tiene un fuerte impacto en el compromiso organizacional. Concluyen que la responsabilidad social se ha convertido en un componente importante para la gestión organizacional, sin embargo, hasta ahora se ha descuidado la responsabilidad social interna.

Además, Thang & Fassin (2017) establecieron una correlación positiva entre la responsabilidad social y el compromiso organizacional. La encuesta aplicada a 256 empleados evidenció factores directamente correlacionados como la relación laboral, el bienestar, la seguridad en el trabajo. Concluyen que es una buena oportunidad para las organizaciones estrechar lazos con sus colaboradores, a través de la responsabilidad social interna.

En su trabajo de investigación para optar al grado de Licenciada en Administración en la Universidad Nacional San Agustín, en Arequipa, Perú, Estremadoyro (2017) profundiza cuatro dimensiones de la responsabilidad social (RS) y la gestión entorno al colaborador. Los hallazgos evidencian poco conocimiento de las ventajas y conceptos de la RS, además existe una endeble unión entre los procesos internos y la responsabilidad social.

Según Porras (2015), en su trabajo de investigación para obtener grado de Magíster en Administración de Empresas con mención en Negocios Internacionales de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Tesis, concluye que una compañía que integre responsabilidad social como una de sus prácticas habituales, fortalecerá el compromiso de sus colaboradores, la aceptación de sus clientes, el respeto de sus competidores y la fidelidad de sus proveedores. Además, elevará su imagen corporativa y su reputación.

Por otro lado, Guevara (2019), en su trabajo de investigación para obtener la Licenciatura en Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna, evidencia la influencia de la gestión de la responsabilidad social en el compromiso organizacional. Luego de aplicar una encuesta a 33 colaboradores, se estableció, entre otros, que los colaboradores sienten un significativo compromiso afectivo, normativo y de continuidad, este último en menor grado.

Asimismo, López (2018) en su trabajo de investigación para obtener el grado de Magíster en Ciencias de la comunicación de la Universidad Nacional del Centro del Perú, administró un cuestionario a 186 colaboradores y los resultados revelaron una inexistente relación entre la responsabilidad social y el compromiso organizacional resaltando el poco conocimiento e interés de los empleados públicos de la Municipalidad Provincial de Huancayo por la responsabilidad social.

Existen diversos conceptos respecto a la responsabilidad social en las organizaciones. International Organization for Standardization citado en Pinto (2015), propone que: “La responsabilidad social consiste en una integración balanceada, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales, económicas y ambientales con el propósito de beneficiar a las

personas, las comunidades y a la sociedad en general”. Además, Medrano (2019) señala: “Es un proceso que incluye necesariamente la gestión de la actividad empresarial en su relación con los grupos de interés tanto internos como externos”. Es preciso añadir que responsabilidad social integrada a la gestión empresarial garantizan un éxito a las organizaciones.

Respecto a la teoría en la que se sustenta este estudio, Garriga y Melé, 2004, agruparon las distintas teorías de la responsabilidad social en cuatro grupos: Instrumentales, basadas en el estudio de las actividades de responsabilidad social que generan únicamente rendimiento económico Friedman, 1970; Murray y Montanari, 1986; Litz, 1996; Porter y Kramer, 2002; entre otros, citados en Garriga y Melé (2004). Por otro lado, las Integradoras, componen las distintas demandas sociales para ser atendidas con eficiencia, Carroll, 1979; Jones, 1980; Vogel, 1986; Wilcox, 2005, citados en Garriga y Melé, (2004); asimismo las de Carácter Político: la empresa va ganando un poder social a través de sus actividades sociales realizadas en beneficio de la comunidad, Davis, 1960; Donaldson y Dunfee, 1994; Wood y Lodgson, 2002, citados en Garriga y Melé (2004). Y por último la teoría sobre Ética y Moral en los negocios: las empresas desarrollan responsabilidad social de forma que se contemple la realización de los derechos universales, Freeman, 1983; Kaku, 1997; Annan, 1999; Chomali y Majluf, 2007, citados en Garriga y Melé (2004).

Por otro lado, el compromiso laboral se consolida cuando se logra afinidad entre el colaborador y el empleador establecido en la identificación. Según Davis y Newstrom: “El compromiso laboral es el grado en el que un empleado se identifica con la organización y desea seguir participando en ella”, citado en Edel y García (2007, p.52).

Al respecto, Meyer y Allen (1997) proponen tres tipos de compromiso, el afectivo que a través de la responsabilidad social genera un lazo emocional con la organización, principalmente por el orgullo de pertenencia; el de continuidad, que se ve impulsado por la necesidad de permanecer en la organización con el fin de mantener su zona de confort; y por último el normativo, en el que el colaborador está guiado por los principios y valores inculcados a continuar, en modo de retribución a la empresa, citado en Robbins y Judge, (2010, p.62).

Problema general: ¿Cómo se relaciona la gestión de responsabilidad social con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019? Específicos: 1. ¿Cómo se relacionan las

actividades sociales con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019? 2. ¿Cómo se relaciona los procesos internos con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019?

La literatura presentada y los resultados de esta investigación permiten conocer los criterios por los que existe relación entre la responsabilidad social y el compromiso laboral, siendo objeto de estudio la corporación Ferreycorp. Los hallazgos sirven de aporte para la elaboración de estrategias en la gestión de responsabilidad social corporativa, y que estas contribuyan al fortalecimiento del compromiso de los colaboradores. La investigación será un antecedente para los futuros investigadores que deseen profundizar acerca de responsabilidad social organizacional y el compromiso laboral.

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. Específicos: 1. Determinar la relación de las actividades sociales y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. 2. Determinar la relación de los procesos internos y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

Hipótesis general: La responsabilidad social se relaciona significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. Específicos: 1. Las actividades sociales se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. 2. Los procesos internos se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación.

2.1.1 Enfoque: Cuantitativo, dado que se recopiló y analizó información de forma estructurada. Se planteó preguntas y objetivos de la investigación, se revisó diversas fuentes y define un aspecto teórico.

2.1.2 Nivel: Descriptivo correlacional. Según Ferreira y Alairdes (2003): Es aquella orientada a identificar el nivel de relación que existe entre dos o más variables dentro de una misma población. En relación a una muestra de individuos, el investigador determina las variables que desea relacionar y posterior a ello busca relacionarlas empleando técnicas estadísticas de análisis de correlación (p. 24).

2.1.3 Diseño Metodológico: No experimental. Es decir, no fue manipulada ninguna variable independiente con el fin de ver sus efectos en la variable dependiente. Al respecto, Kerlinger (1998) aduce que la investigación no experimental consiste en observar fenómenos en su contexto natural, los que posteriormente serán analizados. (p. 333).

Y de corte Transversal, porque se recogieron datos de las variables en un periodo de tiempo explícito, aplicado a la muestra señalada en esta investigación.

2.1.4 Tipo de investigación: Aplicada. Sustentado en Valderrama (2013), quien propone que la investigación aplicada analiza una realidad problemática con el fin de seguir pasos lógicos: hacer, actuar, construir y modificar. Recomienda que los estudiantes universitarios realicen este tipo de investigación con el fin de conocer la realidad del entorno y ello les va a permitir diseñar soluciones viables a los problemas propuestos (p.165).

2.1.5 Método de investigación: Hipotético deductivo. Bernal (2010) define: “el método hipotético deductivo consiste en un procedimiento que comienza de unas afirmaciones como hipótesis y busca rebatir o negarlas, derivando conclusiones que deben cotejarse con los hechos” (p. 60).

2.2. Operacionalización de variables.

2.2.1 Variables

Variable 1: Responsabilidad social. Existen diversos conceptos respecto a la responsabilidad social en las organizaciones. International Organization for Standardization citado en Pinto (2015), propone que la responsabilidad social “Consiste en una integración balanceada, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales, económicas y ambientales con el propósito de beneficiar a las personas, las comunidades y a la sociedad en general”. Además, Medrano (2019): “Es un proceso que incluye necesariamente la gestión de la actividad empresarial en su relación con los grupos de interés tanto internos como externos”. Es preciso añadir que responsabilidad social integrada a la gestión empresarial garantizan un éxito a las organizaciones

Dimensión 1: Actividades sociales. Cuando una empresa emprende actividades de índole social actúa en beneficio de la sociedad, el medioambiente y al mismo tiempo obtiene beneficios importantes para sí misma, que se pueden ver reflejados en una mejor imagen pública, incremento del compromiso, motivación y retención de sus empleados. Chiavenato (2009) considera que la responsabilidad social “obliga a las organizaciones a adoptar políticas, asumir decisiones y emprender acciones de beneficios colectivos” (p. 48).

Dimensión 2: Valores: Los valores son una pauta para el comportamiento del ser humano. Constituyen parte de la identidad de las personas y sirven de orientación sobre cómo actuar en los distintos ámbitos de sus vidas. Chiavenato (2009) define a los valores como las creencias y actitudes básicas que ayudan a determinar el comportamiento individual y guían el rumbo de la organización (p. 132).

Robbins y Judge (2010) evidencian la importancia de los valores en las organizaciones porque estas sientan las bases de la comprensión de las actitudes y motivaciones de quienes la conforman, y además van a influir en sus percepciones. (p. 27). A medida que los valores son instaurados con determinación en las organizaciones crearán conciencia social entre sus miembros, ello les permite desplegar valores como el compromiso, la vocación de servicio, la empatía, entre otros.

Dimensión 3: Procesos internos: Dado que la responsabilidad social actúa de manera integral en la organización, es preciso que se establezca un sistema de gestión sostenible que permita que sus procesos internos mejoren el nivel financiero y al mismo tiempo se beneficie a sus stakeholders. Correa, Van Hoof y Nuñez (2010) consideran que instaurar la responsabilidad

social en las organizaciones favorece el perfeccionamiento de su visión y estrategia, sus procesos internos, cultura, y la relación con sus stakeholders (p. 25).

Variable 2: Compromiso laboral. Robbins y Judge, consideran que el compromiso es una actitud laboral, describen que “es un estado en que el empleado se siente identificado con una organización concreta [...]”. Así mismo dicho compromiso incluye tres dimensiones: Afectivo, relacionada con el vínculo emocional de un empleado hacia la organización. De continuidad, definido por el valor económico percibido entre una organización u otra. Normativo, bajo obligación moral o ética de permanecer en la organización. (2010, p. 62).

Meyer y Allen (como se citó en Robbins y Judge, 2010, p.62) realizan un análisis profundo del compromiso organizacional, es así que dividen al compromiso en tres dimensiones:

Dimensión 1: Compromiso afectivo. Propone que las personas crean lazos emocionales con la organización. Experimentan una satisfacción sobre todo a nivel psicológico, la misma que les permite sentirse bien siendo parte de la organización. El compromiso afectivo contiene sentimientos de felicidad, orgullo, satisfacción, bienestar familiar, entre otros.

Dimensión 2: Compromiso de continuidad: Contrario al compromiso afectivo que se basa en un deseo, en el de continuidad la persona está vinculada a la organización por necesidad. El sujeto evalúa los costos de renunciar a su organización, y tiene la percepción de que las oportunidades se verán reducidas fuera. Algunos componentes de este compromiso son: conveniencia, comodidad, necesidad económica, entre otros.

Dimensión 3: Compromiso normativo: Está motivado por un sentimiento de lealtad. De acuerdo a su escala de valores, la persona retribuye a la empresa lo que considera le ha sido concedido en demasía. Es decir, el trabajador se siente en deuda con la organización por algún tipo de beneficio otorgado.

Tabla 1

2.2.2. Operacionalización de variables.

Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
V ₁ : Responsabilidad Social.	Saavedra define a la responsabilidad social corporativa, como "una nueva forma de gestión que permita llevar a cabo prácticas más honestas y [...] donde los valores deben ser compartidos". El autor plantea el papel de la empresa y la posibilidad de crear valor incorporando activos tradicionales y activos como la imagen, el capital humano, el ser reconocidas como empresa socialmente responsable y la optimización de sus procesos internos asegurando la preservación del medio ambiente (2010, p.1).	ACTIVIDADES SOCIALES	La participación de los colaboradores en los programas sociales estimula el trabajo en equipo, promueve el buen clima laboral, favorece la comunicación interna y genera un sentido de vocación de servicio. La organización en su objetivo de crear valor y generar beneficios económicos debe incorporar un conjunto de políticas y valores éticos materializados en programas sociales, que será un punto clave para potenciar su ventaja competitiva. El fin de la responsabilidad social corporativa debe ser principalmente el preservar los intereses de cada uno de los involucrados (stakeholders) en el entorno en el que opera.	Clima laboral.	1	ORDINAL
				Participación en los programas sociales.	2	
				Trabajo en equipo.	3	
				Vocación de servicio.	4	
		Valores.		5		
		Conducta.		6		
		Comunicación interna.		7		
		Políticas de la empresa.		8		
		Beneficio para los stakeholders.		9		
				10		

V ₂ : Compromiso Laboral.	Robbins y Judge, consideran que el compromiso es una actitud laboral, describen que “es un estado en que el empleado se siente identificado con una organización concreta [...]”. Así mismo dicho compromiso incluye tres dimensiones: Afectivo, relacionada con el vínculo emocional de un empleado hacia la organización. De continuidad, definido por el valor económico percibido entre una organización u otra. Normativo, bajo obligación moral o ética de permanecer en la organización. (2010, p. 62)	COMPROMISO	El compromiso laboral se podría generar en tres fases, primero el afectivo, dónde el colaborador siente un especial afecto por la empresa. Ve realizadas sus metas personales y profesionales produciéndole satisfacción, la misma que refuerza su compromiso por la empresa, generándole orgullo por pertenecer a esta. Por otro lado, podría darse un compromiso de continuidad, el mismo que se basa en una necesidad, considerando factores como el bienestar económico, tiempo de permanencia en la empresa e incentivos monetarios. Y por último al compromiso normativo, dónde se desarrolla un sentimiento de obligatoriedad del colaborador. Quien siente que debe devolver a la empresa lo que le esta ha otorgado. Es más bien un sentido de reciprocidad que al mismo tiempo genera lealtad para con su empresa.	Orgullo de pertenencia a la organización.	11
		APECTIVO		Satisfacción.	12
					13
				Metas personales y profesionales.	14
					15
				Bienestar económico.	16
				Tiempo de servicio.	17
				Incentivos monetarios.	18
				Sentido de reciprocidad.	19
				Lealtad organizacional	20

ORDINAL

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población, muestra y muestreo.

2.3.1. Población

Según Bernal (2010) población es: “La totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia; o bien unidad de análisis” (p.160). La población constó de 50 colaboradores de Ferreycorp pertenecientes a la sede del distrito de Surco.

2.3.2. Muestra y muestreo

La muestra fue censal, es decir conformó el 100% de la población. En ese sentido, Ramírez (1997) establece que la muestra censal permite que todas las unidades de investigación conformen la muestra (p.77).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se utilizó la técnica de la encuesta, además la investigación se apoyó en la observación. Bernal (2010) define sobre la encuesta: “Se fundamenta en un cuestionario o un conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas”. (p. 194).

El instrumento fue el cuestionario, con una escala de medición ordinal, la cual fue presentada en forma de escala de Likert, definida por Valderrama (2013) como: “Conjuntos de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos” (p. 219). Se extrajeron los datos directamente de la muestra de manera confidencial y anónima.

2.4.2 Validez del instrumento

El instrumento se presentó a docentes investigadores, quienes revisaron y confirmaron la validez a todas las preguntas, plasmando sus respectivas firmas.

Dichos docentes son:

Tabla 2.

Validación de Expertos

	GRADO	EXPERTOS	CALIFICACIÓN
f	Dr.	Carranza Estela, Teodoro	Validado
U	Dr.	Casma Zarate, Carlos	Validado
E	Dr.	Vásquez Espinoza, Juan Manuel	Validado
N			

Fuente: Elaboración propia.

Valderrama (2013), considera que el juicio de expertos se realiza con el fin de validar el sentido lógico y de comprensibilidad de los cuestionarios; es así que los aportes de los expertos antes mencionados contribuyen a dicho fin (p.223).

2.4.3 Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del cuestionario se calculó el coeficiente del Alfa de Cronbach, que según Lacave, Molina, Fernández y Redondo (2015) está basado en la correlación interelementos promedio y asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados (p. 138). Así mismo se realizó una encuesta piloto a 30 personas y se les formuló 20 preguntas con el fin de evaluar el cuestionario.

Lacave, Molina, Fernández y Redondo (2015) señalan que la fiabilidad de un cuestionario se refiere a la confianza que se concede a los datos que se obtienen con el mismo y está relacionada con la coherencia o consistencia interna y la precisión de las medidas recopiladas (p. 136).

Tabla 3.

Cuadro de categoría del Alfa de Cronbach

Coeficiente alfa	> 9 es excelente
	> 8 es bueno
	> 7 es aceptable
	> 6 es cuestionable
	> 5 es pobre
	< es inaceptable

Fuente: George & Mallery, 2003, citados en Lacave, Molina, Fernández y Redondo, 2015, p. 138.

Tabla 4.

Resumen de procesamiento de casos.

		Número	Porcentaje
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluido ^a	0	0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	20

El resultado de fiabilidad del instrumento indica que el coeficiente del alfa de Cronbach es de 0,811 evidenciando que el grado de fiabilidad del instrumento es bueno.

2.5 Procedimiento

Primero, se elaboró el cuestionario. Luego, se solicitó autorización de la corporación Ferreycorp para la recolección de datos para la investigación.

2.6 Métodos de análisis de datos

2.6.1. Análisis descriptivo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) refiere que el investigador busca describir sus datos y posterior a ello, ejecutar análisis estadísticos para relacionar las variables. Es decir, realiza análisis estadísticos de tipo descriptivo para cada uno de los ítems y luego para cada una de las variables de estudio; finalmente aplica cálculos estadísticos para comprobar o refutar sus hipótesis. (p. 289)

2.6.2. Análisis inferencial

Ñaupas et al. (2014) señala que este método pretende inferir, generalizar las cualidades observadas en una muestra a toda una población, para ello se vale de un conjunto de procedimientos y técnicas estadísticas. (p.254).

2.7 Aspectos éticos.

Por ética no se divulgará la información recogida a los colaboradores de la corporación Ferreycorp, quienes constituyen la muestra de la investigación. Toda información proporcionada será estrictamente para fines de la investigación asegurando la confidencialidad que amerita y el respeto por las preferencias y/u opiniones vertidas. Así mismo fue necesario solicitar la autorización a la corporación para la aplicación de la encuesta a los colaboradores.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo

3.1.1. Variable: Responsabilidad social.

Tabla 6.

Dimensión: Actividades sociales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Medianamente de acuerdo	11	22,0	22,0	24,0
De acuerdo	32	64,0	64,0	88,0
Muy de acuerdo	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp respecto a la participación de las actividades de responsabilidad social indican que 64 % está de acuerdo, 22% está medianamente de acuerdo, 12% está muy de acuerdo y solo 2% manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 7.

Dimensión: Valores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Medianamente de acuerdo	9	18,0	18,0	20,0
De acuerdo	30	60,0	60,0	80,0
Muy de acuerdo	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp respecto a la práctica de valores en la organización, indican que 60 % está de acuerdo, 20% está muy de acuerdo, 18% está medianamente de acuerdo, y solo 2% manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 8.

Dimensión: Procesos internos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Medianamente de acuerdo	8	16,0	16,0	18,0
	De acuerdo	27	54,0	54,0	72,0
	Muy de acuerdo	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp respecto a la integración de la responsabilidad social en los procesos internos, indican que 54 % está de acuerdo, 28% está muy de acuerdo, 16% está medianamente de acuerdo, y solo 2% manifiesta estar en desacuerdo.

3.1.2 Variable: Compromiso laboral.

Tabla 9.

Dimensión: Compromiso afectivo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente de acuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	De acuerdo	15	30,0	30,0	32,0
	Muy de acuerdo	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp referente a sentir compromiso afectivo por la organización, indican que 68 % está muy de acuerdo, 30% está de acuerdo, y solo 2% manifiesta estar medianamente de acuerdo.

Tabla 10.

Dimensión: Compromiso de continuidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Medianamente de acuerdo	8	16,0	16,0	18,0
	De acuerdo	36	72,0	72,0	90,0
	Muy de acuerdo	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp referente a sentir compromiso de continuidad por la organización, indican que 72% está de acuerdo, 10% está muy de acuerdo, 16% está medianamente de acuerdo, y solo 2% manifiesta estar en desacuerdo.

Tabla 11.

Dimensión: Compromiso normativo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Medianamente de acuerdo	13	26,0	26,0	28,0
	De acuerdo	27	54,0	54,0	82,0
	Muy de acuerdo	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp referente a sentir compromiso normativo con la organización, indican que 54% está de acuerdo, 26% está medianamente de acuerdo, 18% está muy de acuerdo y solo el 2% manifiesta estar en desacuerdo.

3.2 Análisis inferencial

3.2.1 Prueba de normalidad de la hipótesis.

Droppelmann, G. (2018) sugiere que antes de analizar cualquier tipo de datos, el investigador debe realizar pruebas de normalidad que permitan conocer si los datos presentan una distribución normal o no.

Ho: Los datos siguen una distribución normal

H1: Los datos no siguen una distribución normal.

Regla de decisión:

Significancia $\alpha=0,05$

Nivel de aceptación =95%

Z=1,96

Si Sig P<0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si Sig P>0.05 se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula

Regla de correspondencia:

González, N.; Abad, J. & Lévy, J.P. (2006) proponen que el test Shapiro – Wilk es el más adecuado cuando el tamaño de la muestra no es superior a 50, además, no requiere la especificación de los parámetros de distribución. Para esta investigación la muestra censal constó de 50.

Tabla 12.

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilks		
	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Social	,805	50	,000
Compromiso laboral	,458	50	,000

Fuente: Reporte spss versión 25.

Interpretación: Dado el valor obtenido de Sig. P= 0.000 (Sig. P<0.05) se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo que se puede afirmar que los datos no siguen una distribución normal.

3.2.2 Prueba de hipótesis.

Tabla 13.

Tabla de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
+0.76 a +0.90	Correlación negativa muy fuerte
+0.51 a +0.75	Correlación negativa considerable
+0.11 a +0.50	Correlación negativa media
+0.01 a +0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia, basada en Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010)

Regla de decisión:

Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si $\alpha > 0.05$ se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis general

H₀: La gestión de responsabilidad social se relaciona significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

H₁: La gestión de responsabilidad social se relaciona significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

Tabla 14.

Prueba de hipótesis general

		Correlaciones		
			Responsabilidad Social	Compromiso laboral
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1,000	,710**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Compromiso laboral	Coefficiente de correlación	,710**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Como se observa en la tabla 13, alcanzó un valor de significancia bilateral sig=000, menor a $\alpha < 0.05$, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,710, por lo tanto y según la tabla 12 se establece que la responsabilidad social tiene relación positiva considerable con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

Hipótesis específica 1.

H_0 . Las actividades sociales no se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

H_1 . Las actividades sociales se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

Tabla 15.

Hipótesis específica 1

Correlaciones			
		Actividades sociales	Compromiso laboral
Rho de Spearman	Actividades sociales	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,686**
		N	. 50
Compromiso laboral		Coeficiente de correlación	,686**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	50 50

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

Como se observa en la tabla 14, alcanzó un valor de significancia bilateral sig=000, menor a $\alpha < 0.05$, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,686, por lo tanto y según la tabla 12 se establece que las actividades sociales tienen relación positiva considerable con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

Hipótesis específica 2.

H₀. Los procesos internos no se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

H₁. Los procesos internos se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

Tabla 16.

Hipótesis específica 2

		Correlaciones		
		Procesos internos	Compromiso laboral	
Rho de Spearman	Procesos internos	Coefficiente de correlación	1,000	,690**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Compromiso laboral	Coefficiente de correlación	,690**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Como se observa en la tabla 15, alcanzó un valor de significancia bilateral sig=000, menor a $\alpha < 0.05$, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁). Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,690, por lo tanto y según la tabla 12 se establece que los procesos internos tienen relación positiva considerable con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

IV. DISCUSIÓN

4.1 La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,710) se determinó que existe relación positiva considerable entre la responsabilidad social y el compromiso laboral. Dichos resultados guardan relación con las siguientes investigaciones:

Mory, Wirtz, & Göttel (2016) indagaron respecto a cómo los empleados perciben la responsabilidad social corporativa y como ello influye en su compromiso laboral. Los resultados evidenciaron que la responsabilidad social interna tiene un fuerte impacto en el compromiso organizacional. Concluyen que las prácticas de responsabilidad social se han convertido en un componente importante para la gestión organizacional, sin embargo, hasta ahora se ha descuidado la responsabilidad social interna.

En su investigación, Allen, Attoh, & Gong (2017) realizan una encuesta a 218 colaboradores del sector privado de Norte América, lo que dio como resultado que una buena gestión de la responsabilidad social interna y externa del líder ayuda a los empleados a concebir una buena percepción de la organización, esto acrecienta su compromiso con la organización.

Por otro lado, Guevara (2019), en su trabajo de investigación para obtener la Licenciatura en Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna, evidencia la influencia de la gestión de la responsabilidad social en el compromiso organizacional. Luego de aplicar una encuesta a 33 colaboradores, se estableció, entre otros, que los colaboradores sienten un significativo compromiso afectivo, normativo y de continuidad, este último en menor grado.

4.2 El objetivo específico 1 fue: Determinar la relación de las actividades sociales y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. Según los resultados obtenidos (0,686) se determinó que existe relación positiva considerable entre actividades sociales y el compromiso laboral. Dichos resultados son congruentes con las siguientes investigaciones:

D'aprile & Talò (2015) realizaron una encuesta a 345 empleados en el sur de Italia, la que confirmó que la responsabilidad social tiene una importante relación con el compromiso organizacional. Además, el estudio sugiere que una apropiada gestión del capital humano

fomenta la participación y compromiso de los empleados en actividades socialmente responsables.

Gravili (2017) en su artículo de investigación aborda la adopción de la responsabilidad social corporativa en 2678 empresas ubicadas en 13 países, con una clara conjetura que la dimensión cultural es un elemento importante en la forma de involucrar a los colaboradores en las actividades de responsabilidad social y en el modo de transmitir los valores de la organización. Concluye que una organización socialmente responsable promueve redes de colaboración, empatía y compromiso.

Al respecto, Murdock & Dolezal (2018) examinan la responsabilidad social corporativa (RSC) con una participación activa de los colaboradores. También aborda las presiones sociales, legales, locales y medioambientales a las que se ve enfrentada y de qué manera esto los motiva a realizar RSC. El estudio permite concluir que la RSC ofrece un éxito comercial, principalmente fortalece la relación con los colaboradores y permite lograr objetivos mutuos.

4.3 El objetivo específico 2 fue: Determinar la relación de los procesos internos y el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. Según los resultados obtenidos (0,690) se determinó que existe relación positiva considerable entre procesos internos y el compromiso laboral. Dichos resultados son coherentes con las siguientes investigaciones:

Lévesque, Marc-Antonin, Murray & Bourque (2018) proponen que las estrategias de gestión de responsabilidad social sumada a la eficiente comunicación con los trabajadores logran resultados positivos en ambos. Los resultados del estudio ponen en evidencia la importancia del diálogo entre los directivos de la empresa y los colaboradores, y que se valoren sus capacidades a través de una integración y coordinación multinivel.

Igualmente, Piedra & Fleitas (2016) afirman que los países en América y Europa no tienen una sola definición de cómo realizar una gestión de responsabilidad social corporativa (RSC), estas elaboran sus planes bajo su propia perspectiva considerando el contexto en el que operan. Sin embargo, la mayoría de organizaciones coincide en que la RSC debe aplicarse a nivel externo e interno, orientado principalmente al capital humano.

Respecto al ámbito laboral de las empresas, Camacho (2015) describe el rol fundamental de las organizaciones en el logro global de prácticas de responsabilidad social internas como el derecho laboral, la equidad de género y la justicia. Concluyen que las

empresas socialmente responsables generan una cadena que impulsa a demás actores sociales, empezando por sus propios colaboradores.

4.4 La hipótesis general fue: La responsabilidad social se relaciona significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. En la prueba de hipótesis se obtuvo un valor de significancia bilateral sig=000, menor a $\alpha < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,710, en consecuencia y según la tabla 12 se establece que la responsabilidad social tiene relación positiva considerable con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

4.5 La hipótesis específica 1 fue: Las actividades sociales se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. Se obtuvo un valor de significancia bilateral sig=000, menor a $\alpha < 0.05$, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,686, por lo tanto y según la tabla 12 se establece que las actividades sociales tienen relación positiva considerable con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

4.6 La hipótesis específica 2 fue: Los procesos internos se relacionan significativamente con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019. Se obtuvo un valor de significancia bilateral sig=000, menor a $\alpha < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,690, por lo tanto y según la tabla 12 se establece que los procesos internos tienen relación positiva considerable con el compromiso laboral, Ferreycorp, Surco, 2019.

4.7 Del análisis descriptivo es oportuno destacar los siguientes resultados:

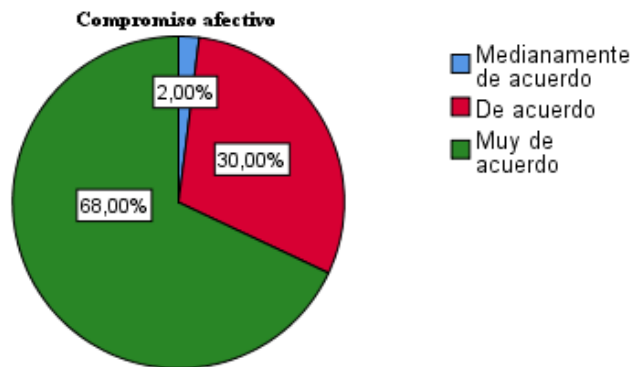


Figura 1. Compromiso afectivo

Los resultados del cuestionario administrado a los colaboradores de Ferreycorp referente a sentir compromiso afectivo con la organización fue el más significativo, indicando que 68 % está muy de acuerdo, 30% está de acuerdo y solo 2% manifiesta estar medianamente de acuerdo. Al respecto, Meyer y Allen (1997) plantean que el compromiso afectivo se facilita cuando el colaborador genera un lazo emocional con la organización, principalmente por el orgullo de pertenencia. El compromiso afectivo contiene sentimientos de felicidad, orgullo, satisfacción, bienestar familiar, entre otros (como se citó en Robbins y Judge, 2010, p.62).

V. CONCLUSIONES

- 5.1 Se determinó que existe relación positiva considerable (0,710) entre la responsabilidad social y el compromiso laboral de los colaboradores de Ferreycorp, Surco, 2019.

- 5.2 Se determinó que existe relación positiva considerable (0,686) entre actividades sociales y el compromiso laboral de los colaboradores de Ferreycorp, Surco, 2019.

- 5.3 Se determinó que existe relación positiva considerable (0,690) entre procesos internos y el compromiso laboral de los colaboradores de Ferreycorp, Surco, 2019.

VI. RECOMENDACIONES

Primera. Enfocar los planes de responsabilidad social, en primera instancia, hacia los colaboradores y recoger sus opiniones respecto a las actividades de índole social que desarrolla la corporación en la actualidad. Se propone realizar dinámicas como lluvia de ideas y/o cuestionamiento de suposiciones para conocer sus apreciaciones e incentivar la generación de ideas respecto a otras actividades de responsabilidad social.

Segunda. Estructurar y presentar a los colaboradores una lista variada de actividades de responsabilidad social a realizarse durante el año. Esto le permitirá elegir una opción acorde a sus habilidades, disponibilidad de tiempo y afinidad. Las siguientes categorías podrían ser consideradas: Ambiental, cultural, educativo, social, deportivo, salud, entre otras. El resultado esperado es lograr un equilibrio entre la vida personal, laboral y familiar del colaborador.

Tercera. Organizar e impulsar concursos sobre mejoras e innovaciones socialmente responsables que promuevan la construcción de equipos entre colaboradores de distintas áreas. Apoyar a las tres mejores propuestas y ofrecer un financiamiento para que sea concretado. Estas actividades refuerzan el sentido de responsabilidad social, compromiso y buen clima laboral.

REFERENCIAS

- Allen, G., Attoh, P., & Gong, T. (2017). Transformational leadership and affective organizational commitment: Mediating roles of perceived social responsibility and organizational identification. *Social Responsibility Journal*, 13(3), 585-600. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/SRJ-11-2016-0193>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3.^a ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bolsa de Valores de Lima. (Setiembre, 2018). *Empresas en la Bolsa de Valores de Lima*. Recuperado de <https://www.bvl.com.pe/mercempresas.html#>
- Camacho, J. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*, (20), 3-29. Recuperado en 01 de noviembre de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003&lng=es&tlng=es.
- Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas. *¿Qué es el Pacto Mundial, y cómo le va en el Perú?* (febrero, 2019). Recuperado de <https://www.confiep.org.pe/noticias/que-es-el-pacto-mundial/>
- Correa, M., Van Hoof, B. y Núñez, G. (Enero, 2010). Cambio y Oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe. Informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe en Washington de las Naciones Unidas, 10, 25.
- Dawkins, C. (2016). A test of labor union social responsibility: Effects on union member attachment. *Business and Society*, 55(2), 214. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/0007650312464925>

- D'aprile, G., & Talò, C. (2015). How corporate social responsibility influences organizational commitment: A psychosocial process mediated by organizational sense of community. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 27(4), 241-269. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10672-015-9265-6>
- Droppelmann, G. (2018). Pruebas de Normalidad. *Revista Actualizaciones Clínica Meds.* 2(1), 39-43.
- Edel R. y García A. (2007). Clima y Compromiso Organizacional. Edición electrónica gratuita. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/340/index.htm>
- Estremadoyro, R. (2017). *Incidencia de la responsabilidad social en la gestión de la Municipalidad Provincial de Camaná- 2016* (tesis de grado). Universidad Nacional San Agustín, Arequipa, Perú.
- Funieru, C., Paun, M., & Fenechiu, C. (2016). The analysis of perception of human resources on social responsibility of the companies in dâmbovita. *Computational Methods in Social Sciences*, 4(2), 32-37. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1860301522?accountid=37408>
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). “Corporate social responsibility theories: mapping the territory”. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71.
- Guevara, N. (2019). *La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial y su Influencia en el Compromiso Organizacional de los Funcionarios y Profesionales de la Empresa de Generación Eléctrica del Sur – EGESUR S.A., Año 2018* (tesis de grado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.
- González, N.; Abad, J. & Lèvy, J. (2006) Normalidad y otros supuestos en análisis de covarianzas. En Lévy. J. (Ed.): *Modelización con estructuras de covarianzas* (pp.31-57). La Coruña, España: Netbiblo.

- Gravili, G. (2017). Corporate social responsibility and human resource management in different countries. *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI)*, 14(5), 61-67. doi:<http://dx.doi.org/10.20943/01201705.6167>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación 5ta edición*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Herrera, J. M. G. F., & Torres, C. E. C. (2019). Relación del bienestar subjetivo de los trabajadores con su compromiso hacia la organización. *Revista CES Psicología*, 12(2), 126-140. doi:<http://dx.doi.org/10.21615/cesp.12.2.9>
- Heung-Jun, J., & Ali, M. (2017). Corporate social responsibility, organizational justice and positive employee attitudes: In the context of korean employment relations. *Sustainability*, 9(11), 1992. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/su9111992>
- Lacave, C., Molina, A., Fernández M., y Redondo M. (2015). *Análisis de la fiabilidad y validez de un cuestionario docente*. (Actas de las XXI Jornadas de la Enseñanza Universitaria de la Informática). (Acceso el 10 de noviembre de 2018)
- Lévesque, C., Marc-Antonin Hennebert, Murray, G., & Bourque, R. (2018). Corporate social responsibility and worker rights: Institutionalizing social dialogue through international framework agreements: JBE JBE. *Journal of Business Ethics*, 153(1), 215-230. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-016-3370-9>
- Lechuga, M., Martínez-Martínez, D., Manuel, J., & Herrera, J. (2018). Understanding the link between socially responsible human resource management and competitive performance in SMEs. *Personnel Review*, 47(6), 1215-1247. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/PR-05-2017-0165>
- Licandro, O. D., & Yapor, S. (2019). Estudio de las motivaciones de los voluntarios corporativos mediante pregunta abierta. *Estudios Gerenciales*, 35(150), 70-80. doi:<http://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.3159>

- López, E. (2018). *Responsabilidad social y compromiso organizacional de los empleados públicos de la Municipalidad Provincial de Huancayo* (tesis de maestría). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
- M-Y Yusliza, Nurul, A., Chiappetta, C. J., Fernando, Y., Fawehinmi, O., & Roman, B. (2019). Top management commitment, corporate social responsibility and green human resource management. *Benchmarking*, 26(6), 2051-2078. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/BIJ-09-2018-0283>
- Martínez, P. (2011). *Manual básico de investigación científica*. (2.^a ed.). México: El Manual Moderno.
- Medrano Sánchez, M., Masías Vidal, J., Obeso Cuadra, J., Morón Paredes, G., Moreano Márquez, W., García Segovia, M., & Coveñas Lalupu, J. (2019). La responsabilidad social empresarial en la relación comunidades campesinas y empresas mineras. *LEX*, 17(23), 325-360. doi:<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v17i23.1681>
- Milfelner, B., Potocnik, A., & Zizek, S. (2015). Social responsibility, human resource management and organizational performance. *Systems Research and Behavioral Science*, 32(2), 221. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1661350195?accountid=37408>
- Mory, L., Wirtz, B., & Göttel, V. (2016). Corporate social responsibility strategies and their impact on employees' commitment. *Journal of Strategy and Management*, 9(2), 172-201. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/JSMA-12-2014-0097>
- Murdock, A., & Dolezal, N. (2018). Exploring corporate social responsibility in a social business: The workers beer company. *Symphonya*, (1), 91-103. doi:<http://dx.doi.org/10.4468/2018.L07murdock.dolezal>
- Natea, M. D. (2017). Corporate social responsibility from a romanian perspective. *Studia Universitatis Petru Maior. Series Oeconomica*, 99-102. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2131135059?accountid=37408>

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa cualitativa y redacción de la tesis. (4ª ed.). Colombia: Ediciones de la U.
- Obrad, C., & Gherheș, V. (2018). A human resources perspective on responsible corporate behavior. case study: The multinational companies in Western Romania. *Sustainability*, 10(3), 726. doi:<http://dx.doi.org/10.3390/su10030726>
- Oficina Internacional del Trabajo. *Subcomisión de Empresas Multinacionales: Consejo de Administración*. (Marzo, 2006). Recuperado de http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/GB/295/GB.295_MNE_2_1_span.pdf
- Pacto Mundial Red Española. (Marzo, 2017). *La misión del Pacto Mundial: 10 principios + 17 ODS*. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/2017/03/10-principios-17-ods/>
- Piedra, H. & Fleitas, M. (2016). The enterprise social responsibility and the human resources management: A possible and necessary relationship. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valore, Iii*(3) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2247197545?accountid=37408>
- Pinto Herrera, H. (2016). Responsabilidad social empresarial de Xstrata Tintaya. *Investigaciones Sociales*, 19(34), 169 - 182. <https://doi.org/10.15381/is.v19i34.11759>
- Porras, E. (2015). Análisis de la aplicación de esquemas de responsabilidad social corporativa en cinco empresas de la ciudad de Quito -Ecuador como mecanismo de fortalecimiento empresarial. (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8831/Tesis%20Elizabeth%20Porras.pdf;sequence=1>
- Ramírez, T. (1997). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo

Robbins S. y Judge T. (2010). *Introducción al Comportamiento Organizativo*. (10.^a ed.). México: Pearson Education.

Saavedra, I. (2010). *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*. España: Netbiblo

Shaukat, A., Qiu, Y., & Trojanowski, G. (2016). Board attributes, corporate social responsibility strategy, and corporate environmental and social performance: JBE. *Journal of Business Ethics*, 135(3), 569-585. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2460-9>

Salazar, A., Hidalgo, J., y Manríquez, M. (2017). “La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso”. *Revista De Contabilidad*, 20(1), 36-46. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>

Slack, R., Corlett, S., & Morris, R. (2015). Exploring employee engagement with (corporate) social responsibility: A social exchange perspective on organisational participation: JBE. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 537-548. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2057-3>

Takrim, K., Atiq-ur-Rehman, & Amin, S. (2015). Relationship between organizational environment & organizational commitment: A case study of medical colleges in peshawar. *The Journal of Humanities and Social Sciences*, 23(3), 83-94. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1815500233?accountid=37408>

Thang, N. N., & Fassin, Y. (2017). The impact of internal corporate social responsibility on organizational commitment: Evidence from vietnamese service firms. *Journal of Asia - Pacific Business*, 18(2), 100-116. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/10599231.2017.1309617>

Tello, C., & Rodríguez, M. (2016). Fundamentos ético disciplinares de la responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana De Gerencia*, 21(75), 491. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1862969815?accountid=37408>

Valentine, S., & Godkin, L. (2017). Banking employees' perceptions of corporate social responsibility, value-fit commitment, and turnover intentions: Ethics as social glue and attachment. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 29(2), 51-71. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10672-017-9290-8>

Valderrama M, S. (2013). *Pasos para elaborar Proyectos de Investigación Científica: Cuantitativa, cualitativa y mixta*. (2.^a ed.). Lima: San Marcos

Witkowska, J. (2016). Corporate social responsibility: Selected theoretical and empirical aspects. *Comparative Economic Research*, 19(1), 27-43. doi:<http://dx.doi.org/10.1515/cer-2016-00>

ANEXOS

CUESTIONARIO

Proyecto de Investigación: LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019.

Estimado Sr. (a), le agradeceré responder el presente cuestionario expresando con sinceridad sus respuestas. Cabe señalar que se asegurará la confidencialidad y anonimato de la información que usted brinde.

El objetivo de esta investigación es determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y el compromiso laboral en la corporación Ferreycorp, sede Surco.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada ítem, cada una de ellas tiene cinco posibles respuestas.
- Marque una “x” en una sola respuesta, la que mejor refleje su propia percepción, teniendo en cuenta que: Muy de acuerdo= 5, De acuerdo= 4, Medianamente de acuerdo= 3, En desacuerdo= 2, Muy en desacuerdo =1.

PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1) Las actividades de responsabilidad social que desarrolla la empresa están orientadas a promover el buen clima laboral y no solo es una cuestión de imagen.					
2) Si percibe un mal clima laboral en la empresa participa de los programas de responsabilidad social.					
3) Participa usted en las actividades de responsabilidad social de la empresa los fines de semana a pesar de ser días no laborables.					
4) Considera usted que participar de las actividades de responsabilidad social es de gran ayuda para un mejor trabajo en equipo.					
5) Percibe usted una constante vocación de servicio entre las distintas áreas de la					
6) Observa usted que se practican valores en la empresa todo el tiempo.					
7) Considera usted que participar de las actividades de responsabilidad social le ayudará a mantener una actitud positiva dentro de la empresa.					
8) La comunicación que recibe sobre los programas de responsabilidad social es oportuna y clara permitiéndole participar.					
9) Cree usted que los procesos internos de la empresa siempre se desarrollan tomando en cuenta políticas que han sido diseñadas para asegurar ser socialmente responsables.					
10) Considera que la empresa procura beneficiar a todos sus grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, comunidad y medioambiente) al realizar sus actividades de responsabilidad social.					
11) Siente orgullo de pertenecer a esta empresa porque se generó un lazo emocional fuerte de compromiso laboral.					
12) Siente usted compromiso con la empresa porque esta satisface sus necesidades.					
13) El trabajo en la empresa le permite equilibrar su vida laboral, personal y familiar.					
14) Su compromiso laboral depende de que la empresa le permita alcanzar sus metas					
15) Se siente comprometido con la empresa cuando le permite crecer profesionalmente.					
16) Siente usted un compromiso de continuidad en la empresa debido a un bienestar					
17) Se siente comprometido a continuar trabajando en la empresa porque sería difícil empezar nuevamente.					
18) Considera importante que se reconozcan sus logros en el trabajo mediante incentivos monetarios, pues lo haría sentir más comprometido con la empresa.					
19) Se siente comprometido a dar más de su tiempo a la empresa por todos los beneficios que le otorga actualmente.					
20) Considera importante permanecer laborando en la empresa.					

Fuente: Elaboración propia.


**"LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019".
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019".

Apellidos y nombres del investigador: Muñoz Claro, Estefanía Milena.

Apellidos y nombres del experto: DR. VAIQUEL ESPINOZA JUAN MANUEL

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERV. SUGERENCIAS
V1. RESPONSABILIDAD SOCIAL	ACTIVIDADES SOCIALES	Clima laboral.	1) Las actividades sociales que desarrolla la empresa están orientadas a promover el buen clima laboral y no solo es una cuestión de imagen. 2) Si percibe un mal clima laboral en la empresa participa de los programas de responsabilidad social	Muy de acuerdo= 5, De acuerdo= 4, Medianamente de acuerdo= 3, En desacuerdo= 2, Muy en desacuerdo =1.			
		Participación en los programas sociales.	3) Participa usted en las actividades de responsabilidad social de la empresa los fines de semana a pesar de ser días no laborales.				
		Trabajo en equipo.	4) Participar de las actividades de responsabilidad social es de gran ayuda para un mejor trabajo en equipo.				
		Vocación de servicio.	5) Percibe usted una constante vocación de servicio entre las distintas áreas de la empresa.				
	VALORES	Valores.	6) Se practican valores en la empresa todo el tiempo.				
		Conducta.	7) Participar de las actividades de responsabilidad social le ayudará a mantener una actitud positiva dentro de la empresa.				
		Comunicación interna.	8) La comunicación que recibe sobre los programas de responsabilidad social es oportuna y clara permitiéndole participar.				
	PROCESOS INTERNOS	Políticas de la empresa.	9) Los procesos internos de la empresa siempre se desarrollan tomando en cuenta políticas que han sido diseñadas para asegurar ser socialmente responsables.				
		Beneficio para los stakeholders.	10) La empresa procura beneficiar a todos sus grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, comunidad y medioambiente) al realizar sus actividades de responsabilidad social.				
V2. COMPROMISO LABORAL	COMPROMISO AFECTIVO	Orgullo de pertenencia a la organización.	11) Siente orgullo de pertenecer a esta empresa porque se generó un lazo emocional fuerte de compromiso laboral.				

	Satisfacción.		12) Siente usted compromiso con la empresa porque esta satisface sus necesidades.				
			13) El trabajo en la empresa le permite equilibrar su vida laboral, personal y familiar.				
		Metas personales y profesionales.		14) Su compromiso laboral depende de que la empresa le permita alcanzar sus metas personales.			
				15) Se siente comprometido con la empresa cuando le permite crecer profesionalmente			
	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Bienestar económico.	16) Siente usted un compromiso de continuidad en la empresa debido a un bienestar económico.				
		Tiempo de servicio.	17) Se siente comprometido a continuar trabajando en la empresa porque sería difícil empezar nuevamente.				
		Incentivos monetarios.	18) Es importante que se reconozcan sus logros en el trabajo mediante incentivos monetarios, pues lo haría sentir más comprometido con la empresa.				
	COMPROMISO NORMATIVO	Sentido de reciprocidad.	19) Se siente comprometido a dar más de su tiempo a la empresa por todos los beneficios que le otorga actualmente.				
Lealtad organizacional		20) Considera importante permanecer laborando en la empresa.					
Firma del experto:			Fecha:	07-11-18			

INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.
CORLAD REGUC 73623


**"LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019".
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019".

Apellidos y nombres del investigador: Muñoz Claro, Estefanía Milena.

Apellidos y nombres del experto: CARRANZA ESTER TEBORDO

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERV. SUGERENCIAS
V1. RESPONSABILIDAD SOCIAL	ACTIVIDADES SOCIALES	Clima laboral.	1) Las actividades sociales que desarrolla la empresa están orientadas a promover el buen clima laboral y no solo es una cuestión de imagen	Muy de acuerdo= 5, De acuerdo= 4, Medianamente de acuerdo= 3, En desacuerdo= 2, Muy en desacuerdo =1	✓		
			2) Si percibe un mal clima laboral en la empresa participa de los programas de responsabilidad social		✓		
		Participación en los programas sociales.	3) Participa usted en las actividades de responsabilidad social de la empresa los fines de semana a pesar de ser días no laborales.		✓		
			4) Participar de las actividades de responsabilidad social es de gran ayuda para un mejor trabajo en equipo.		✓		
	VALORES	Vocación de servicio.	5) Percibe usted una constante vocación de servicio entre las distintas áreas de la empresa.		✓		
		Valores.	6) Se practican valores en la empresa todo el tiempo.		✓		
			Conducta.		7) Participar de las actividades de responsabilidad social le ayudará a mantener una actitud positiva dentro de la empresa.	✓	
	PROCESOS INTERNOS	Comunicación interna.	8) La comunicación que recibe sobre los programas de responsabilidad social es oportuna y clara permitiéndole participar.		✓		
		Políticas de la empresa.	9) Los procesos internos de la empresa siempre se desarrollan tomando en cuenta políticas que han sido diseñadas para asegurar ser socialmente responsables.		✓		
		Beneficio para los stakeholders.	10) La empresa procura beneficiar a todos sus grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, comunidad y medioambiente) al realizar sus actividades de responsabilidad social.		✓		
V2. COMPROMISO LABORAL	COMPROMISO AFECTIVO	Orgullo de pertenencia a la organización.	11) Siente orgullo de pertenecer a esta empresa porque se generó un lazo emocional fuerte de compromiso laboral.	✓			

	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Satisfacción.	12) Siente usted compromiso con la empresa porque esta satisface sus necesidades.	✓		
			13) El trabajo en la empresa le permite equilibrar su vida laboral, personal y familiar.	✓		
		Metas personales y profesionales.	14) Su compromiso laboral depende de que la empresa le permita alcanzar sus metas personales.	✓		
			15) Se siente comprometido con la empresa cuando le permite crecer profesionalmente	✓		
			Bienestar económico.	16) Siente usted un compromiso de continuidad en la empresa debido a un bienestar económico.	✓	
	Tiempo de servicio.	17) Se siente comprometido a continuar trabajando en la empresa porque sería difícil empezar nuevamente.	✓			
		Incentivos monetarios.	18) Es importante que se reconozcan sus logros en el trabajo mediante incentivos monetarios, pues lo haría sentir más comprometido con la empresa.	✓		
	COMPROMISO NORMATIVO	Sentido de reciprocidad.	19) Se siente comprometido a dar más de su tiempo a la empresa por todos los beneficios que le otorga actualmente.	✓		
		Lealtad organizacional	20) Considera importante permanecer laborando en la empresa.	✓		
	Firma del experto: 			Fecha: <u>07-11-18</u>		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

**"LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019".
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019".									
Apellidos y nombres del investigador: Estefanía Milena, Muñoz Claro.									
Apellidos y nombres del experto: <i>CARLOS PARDE, CARLOS ANTONIO</i>									
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERV. SUGERENCIAS		
RESPONSABILIDAD SOCIAL	ACTIVIDADES SOCIALES	Clima laboral.	1) Las actividades de responsabilidad social que desarrolla la empresa están orientadas a promover el buen clima laboral y no solo es una cuestión de imagen.	Muy de acuerdo= 5, De acuerdo= 4, Medianamente de acuerdo= 3, En desacuerdo= 2, Muy en desacuerdo= 1.	✓				
			2) Si percibe un mal clima laboral en la empresa participa de los programas de responsabilidad social.		✓				
		Participación en los programas sociales.	3) Participa usted en las actividades de responsabilidad social de la empresa los fines de semana a pesar de ser días no laborables.		✓				
		Trabajo en equipo.	4) Considera usted que participar de las actividades de responsabilidad social es de gran ayuda para un mejor trabajo en equipo.		✓				
	VALORES	Vocación de servicio.	5) Percibe usted una constante vocación de servicio entre las distintas áreas de la empresa.			✓			
		Valores.	6) Observa usted que se practican valores en la empresa todo el tiempo.			✓			
		Conducta.	7) Considera usted que participar de las actividades de responsabilidad social le ayudará a mantener una actitud positiva dentro de la empresa.			✓			
	PROCESOS INTERNOS	Comunicación interna.	8) La comunicación que recibe sobre los programas de responsabilidad social es oportuna y clara permitiéndole participar.			✓			
		Políticas de la empresa.	9) Cree usted que los procesos internos de la empresa siempre se desarrollan tomando en cuenta políticas que han sido diseñadas para asegurar ser socialmente responsables.			✓			
		Beneficio para los stakeholders.	10) Considera que la empresa procura beneficiar a todos sus grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, comunidad y medioambiente) al realizar sus actividades de responsabilidad social.			✓			
COMPROMISO LABORAL	COMPROMISO AFECTIVO	Orgullo de pertenencia a la organización.	11) Siente orgullo de pertenecer a esta empresa porque se generó un lazo emocional fuerte de compromiso laboral.		✓				
		Satisfacción.	12) Siente usted compromiso con la empresa porque esta satisface sus necesidades.		✓				
			13) El trabajo en la empresa le permite equilibrar su vida laboral, personal y familiar.		✓				
		Metas personales y profesionales.	14) Su compromiso laboral depende de que la empresa le permita alcanzar sus metas personales.		✓				
			15) Se siente comprometido con la empresa cuando le permite crecer profesionalmente.		✓				
	COMPROMISO DE CONTINUIDAD	Bienestar económico.	16) Siente usted un compromiso de continuidad en la empresa debido a un bienestar económico.		✓				
		Tiempo de servicio.	17) Se siente comprometido a continuar trabajando en la empresa porque sería difícil empezar nuevamente.		✓				
		Incentivos monetarios.	18) Considera importante que se reconozcan sus logros en el trabajo mediante incentivos monetarios, pues lo haría sentir más comprometido con la empresa.		✓				
COMPROMISO NORMATIVO	Sentido de reciprocidad.	19) Se siente comprometido a dar más de su tiempo a la empresa por todos los beneficios que le otorga actualmente.		✓					
	Lealtad organizacional	20) Considera importante permanecer laborando en la empresa.		✓					
Firma del experto:			Fecha: 14-11-19						

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lima, 17 de setiembre del 2019

Señor (es)

Universidad César Vallejo – Sede Lima Norte

De mi mayor consideración.

Responsabilidad Social de la corporación Ferreycorp, con RUC N° 20100027292 autoriza a: Estefanía Milena Muñoz Claro, identificada con DNI N° 45667372, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que inicie las investigaciones pertinentes para desarrollar la tesis titulada: LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019.

Por medio de la presente, se deja constancia de lo antes señalado.

Atentamente,



Mariélla Ferrero
Jefa de Responsabilidad Social

Ferreycorp S.A.A
Jr. Cristóbal de Perálta Norte 820
Montemico, Lima 33, Perú

T 511.626.4000
www.ferreycorp.com.pe



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 25-02-2019
Página : 1 de 1

Yo, **Dr. VICTOR DAVILA ARENAZA**, docente de la Facultad de **CIENCIAS EMPRESARIALES** y Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad César Vallejo Filial **LIMA NORTE**, revisor de la tesis titulada:

"LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019."

De la estudiante: **MUÑOZ CLARO, ESTEFANIA MILENA** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **24 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Los Olivos, 21 de febrero del 2020.

Dr. Victor Davila Arenaza
DNI: 08467692

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ESTEFANIA MILENA MUÑOZ CLARO

INFORME TÍTULADO:

LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO LABORAL, FERREYCORP, SURCO, 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 17 DE DICIEMBRE DE 2019

NOTA O MENCIÓN: DIECISÉIS (16)


FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN