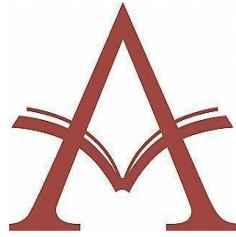


**UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**



**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**“Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martín de Porres, Lima, 2019”**

**PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

DURAND LAITHERT, ESTHER MARÍA

ASESOR:

MILLAN BAZAN CESAR AUGUSTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Planeamiento Estratégico y Desarrollo Institucional

LIMA - PERÚ

JUNIO, 2020

## Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial es una actividad clave para mejorar la imagen de una empresa, aumenta la lealtad de clientes y trabajadores, además es un factor clave para la toma de decisiones. Una empresa con responsabilidad social tiene muchas ventajas sobre otras organizaciones que no la tengan, debido a que causan un impacto positivo en la comunidad y como los clientes están buscando empresas con este tipo de actividad permite que se posicione estratégicamente en el mercado.

La presente investigación pretende establecer de qué manera la responsabilidad social empresarial se relaciona con la imagen corporativa de la empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L. La organización donde se ha desarrollado la presente investigación es una constructora e inmobiliaria con mucho éxito, el único inconveniente que tiene esta organización es que actualmente no está tomando en cuenta la Responsabilidad Social, y ese tema es importante desarrollarlo para que pueda crecer más en su mercado tan competitivo. Por esta razón se tomó la decisión de realizar esta investigación y demostrar que la responsabilidad social empresarial es clave para mejorar su imagen corporativa, además las recomendaciones que se darán al final de esta investigación ayudará a los dueños a tomar mejores decisiones.

**Palabras claves:** Responsabilidad Social Empresarial, Imagen Corporativa.

## **Abstract**

Corporate Social Responsibility is a key activity to improve the image of a company, increases customer and employee loyalty, and is also a key factor in decision making. A company with social responsibility has many advantages over other organizations that do not have it, because they cause a positive impact on the community and as customers are looking for companies with this type of activity allows it to position itself strategically in the market.

The present investigation tries to establish how corporate social responsibility is related to the corporate image of the company Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L. The organization where the present investigation has been developed is a construction and real estate company with a lot of success, the only disadvantage that this organization has is that at the moment it is not taking into account the Social Responsibility, and that topic is important to develop it so that it can grow more in its so competitive market. For this reason the decision was taken to carry out this research and demonstrate that corporate social responsibility is key to improving its corporate image, in addition the recommendations that will be given at the end of this research will help the owners to make better decisions.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Corporate Image.

## Tabla de Contenidos

Resumen.....	ii
Abstract.....	iii
<b>1. Problema de la Investigación</b>	
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.1.1. Formulación del Problema General.....	2
1.1.2. Problemas Específicos.....	2
1.2. Objetivos de la Investigación .....	3
1.2.1. Objetivo General .....	3
1.2.2. Objetivos Específicos .....	3
1.3. Justificación e Importancia de la Investigación.....	3
<b>2. Marco Teórico</b>	
2.1. Antecedentes.....	4
2.1.1. Internacionales.....	4
2.1.2. Nacionales.....	9
2.2. Bases Teóricas .....	13
2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial .....	13
2.2.2. Imagen Corporativa.....	15
2.3. Definición de términos básicos.....	16
<b>3. Cronograma de actividades</b>	
<b>4. Recursos y Presupuesto</b>	

**5. Referencias****6. Aporte Científico o Académico****7. Conclusiones****8. Recomendaciones****9. Anexos**

9.1 Matriz de Consistencia.....24

9.2 Entrevistas.....25

## **1. Problema de la Investigación**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

La presente investigación se ha realizado en la empresa CASA REAL NEGOCIOS INMOBILIARIOS Y CONSTRUCCIONES EIRL, la cual es una constructora e inmobiliaria ubicada en el distrito de San Martín de Porres, provincia y departamento de Lima.

Esta organización tiene mucho éxito tanto por su ubicación como por sus facilidades que ofrecen a sus clientes, además actúan con mucha transparencia y honestidad, entregándoles a los clientes un producto con alta calidad, el problema que se ha observado en esta empresa es que todavía no está tomando en cuenta la Responsabilidad Social, y esto es un obstáculo ya que cumplir una Responsabilidad Social Corporativa hace que uno se diferencie de otras organizaciones del mismo rubro, dar prioridad a factores ambientales y sociales ayuda a crecer como organización y permite atraer más clientes. Las personas en nuestra sociedad cada vez están más concientizadas en este aspecto por lo que toda organización de cualquier rubro debe tener dentro de sus principios corporativos la Responsabilidad Social.

Si esta organización no aplica una Responsabilidad Social Corporativa tiene el riesgo de perder clientes, no podrá crecer en este mercado tan competitivo y no transmitirá una buena imagen corporativa.

Un problema que se ha podido detectar en esta investigación, es que la empresa desde sus inicios no se preocupó en ser responsable socialmente, por esta razón desconocen mucho el tema y lo han dejado de lado por muchos años, esto no va a permitir el crecimiento y desarrollo de esta organización, debido a que si los dueños no son

socialmente conscientes no podrán ser líderes prometedores y va a ser seriamente afectada la imagen de esta organización.

Además, la empresa no pone ningún tipo de interés en contribuir al mejoramiento social, económico y ambiental. Ante los ojos de los demás esta empresa esta vista como una constructora e inmobiliaria que no está comprometida con el cuidado de los recursos naturales y que no se preocupan en reducir el impacto ambiental. Estas malas acciones de la empresa ocasionan que pierda clientes, debido a que las empresas competidoras atraen más clientela porque estas organizaciones si se preocupan en contribuir al cuidado de los recursos naturales y a la oferta de proyectos inmobiliarios con sentido social., obteniendo un valor agregado.

#### **1.1.1. Formulación del Problema General**

¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019?

#### **1.1.2. Problemas Específicos**

- ¿De qué manera la vinculación y el compromiso con la comunidad se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019?
- ¿De qué manera el cuidado y preservación del medioambiente se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019?

## **1.2. Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1. Objetivo General**

Establecer de qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Explicar de qué manera la vinculación y el compromiso con la comunidad se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019.
- Identificar de qué manera el cuidado y preservación del medioambiente se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019.

## **1.3. Justificación e Importancia de la Investigación**

La presente investigación es un aporte a futuros investigadores que tengan pensado realizar tesis sobre el tema de responsabilidad social. Permitirá que la empresa tome conciencia sobre lo positivo que es aplicar la responsabilidad social ya que esta es una estrategia de gestión y es un factor decisivo para el crecimiento organizacional y la imagen corporativa.

El presente estudio sobre responsabilidad social es muy importante para que esta organización tome la decisión de poner sus mayores esfuerzos en tener un impacto positivo en su entorno, realizar estas prácticas de responsabilidad social es una estrategia de negocio que permite la lealtad de clientes y proveedores, con estas buenas



acciones la empresa podrá atraer y retener a colaboradores comprometidos con los objetivos de la organización. Es muy beneficioso para nuestra sociedad que la organización desarrolle políticas de responsabilidad social, porque esta puede ser vista como un ejemplo para que otras empresas busquen realizar buenas prácticas de responsabilidad social.

## 2. Marco Teórico

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Internacionales

Berrones, B.(2017), realizó la Tesis **“La Responsabilidad Social Corporativa como incide en la Imagen Empresarial y el Posicionamiento de la Compañía Mega Inmobiliaria Mega Vip CÍA. LTDA. de la Ciudad de Riobamba en el período 2015 – 2016”**, para la obtención del Título de Ingeniera Comercial en la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba – Ecuador.

La investigación se basó en la incidencia de la responsabilidad social corporativa en la imagen empresarial y el posicionamiento de la compañía Mega Inmobiliaria Mega Vip Cía. Ltda. de la ciudad de Riobamba en el período 2015 – 2016. La falta de difusión de las estrategias de responsabilidad social implementadas por la compañía Mega Inmobiliaria no permite que mejore la imagen empresarial y el posicionamiento en el mercado, la falta de involucramiento del personal dificulta el desarrollo y mejoramiento de la empresa. Se necesita una campaña interna para el empoderamiento del personal con el fin de mejorar el desempeño y agilizar los procesos, garantizando el mejor manejo de información institucional. El estudio se enmarcó en el método hipotético deductivo, el tipo de investigación fue descriptiva y de campo. Se emplearon una serie de técnicas e instrumentos para la recolección de datos, específicamente encuestas a trabajadores y usuarios potenciales mediante cuestionarios; así como la entrevista a

directivos de la empresa. En la investigación se aplicó el modelo econométrico con variables de entrada mediante software estadístico SPSS, se obtuvo los resultados del modelo estimado, así como el modelo ANOVA que indica las variables están linealmente relacionadas. De esta manera se pudo concluir que con la implementación de responsabilidad social corporativa en la empresa ha mejorado significativamente la imagen empresarial y el posicionamiento de la misma.

Gonzales, Y.(2018), realizó la Tesis de Grado **“Responsabilidad Social Empresarial en Inmobiliarias de la Ciudad de Quetzaltenango”**, para la obtención del Título de Administradora de Empresas en el Grado Académico de Licenciada en la Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango – Guatemala.

La investigación ha tenido como objetivo determinar las prácticas de Responsabilidad Social en los proyectos habitacionales de las inmobiliarias de la Ciudad de Quetzaltenango; ya que tienen el compromiso de brindar a la sociedad viviendas de calidad, de modo que deben implementar actitudes correctas y sensibilidad tanto a nivel interno como externo; por consiguiente los sujetos de la investigación fueron los gerentes de inmobiliarias, colaboradores y clientes, se realizó un estudio de caso, en el que es conveniente mencionar que las inmobiliarias no aplican todos los aspectos que abarca la responsabilidad social. En conclusión, las inmobiliarias no tienen un concepto claro de lo que es responsabilidad social empresarial; por lo tanto, deben conocer y dar la importancia necesaria a cada uno de los ejes del tema mediante una guía de prácticas para fomentar la forma correcta de aplicarlas y contribuir con la sociedad y obtener también beneficios, esto, a base de capacitaciones en donde se involucre todo el equipo de trabajo.

Alcívar, C. y Carabajo, J.(2015), realizaron la Tesis **“Propuesta de Responsabilidad Social Empresarial en el sector inmobiliario de la ciudad de Guayaquil”**, para la

obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

La investigación ha tenido como objetivo proponer la Implementación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas del sector inmobiliario de la ciudad de Guayaquil. Se decidió plantear una investigación de carácter cualitativo al tratar de comprender las causas, efectos y circunstancias referentes a la carencia de Responsabilidad Social Empresarial en el sector inmobiliario de la ciudad de Guayaquil. De esta forma el presente proyecto contempla como principal técnica de la investigación cualitativa basado en un grupo focal a expertos en el área como ingenieros civiles, ingeniero comercial, arquitectos, docente y un psicólogo con experiencia en el área con un total de 7 personas. De los resultados obtenidos del trabajo de investigación se ha concluido que en esencia la inexactitud de responsabilidad social en estas organizaciones se debe a la falta de conocimiento de la misma. Motivo principal de la pobre aplicación de prácticas socialmente responsables en la toma de decisiones de los empresarios de las firmas entrevistadas. Hecho que se podría cambiar a través de un proceso de culturización a ejecutivos para la correcta aplicación de RSE en sus empresas eliminando esta categorización de irresponsables obtenida a través del tiempo por sus procesos operativos en la ciudad. Al final, se recomienda a las empresas del sector inmobiliario de la ciudad de Guayaquil aplicar la metodología de Responsabilidad Social Empresarial en su modelo de negocios, con el fin de minimizar factores de riesgos para la empresa y la comunidad tales como: accidentes laborales, costos sobrevalorados de gestión de residuos o de procesos de producción, clima laboral pésimo, problemas ambientales de contaminación, entre otros.

Guzmán, J.(2018), realizó la Tesis **“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Pymes Constructoras de Proyectos Inmobiliarios en el Centro Norte de la ciudad de Quito en el período 2015- 2017”**, para la obtención del

título de Ingeniero Comercial en la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, Quito – Ecuador.

La investigación ha tenido como objetivo motivar la aplicación de los lineamientos de la responsabilidad social a las empresas constructoras de proyectos inmobiliarios por medio de un análisis que explique todos los beneficios de rentabilidad financiera y social para el progreso y crecimiento del sector de la construcción. Para el desarrollo de este proceso de investigación se utilizaron las siguientes técnicas de investigación: Entrevista: realizaremos varias entrevistas a personas involucradas en el desarrollo de proyectos de construcción inmobiliarios de alto nivel como, gerentes de constructoras, ingenieros civiles, arquitectos, etc. Observación: investigación de campo en lugares donde se lleva a cabo la construcción de bienes inmuebles. Se pudo concluir lo siguiente: El sector empresarial sostiene que al menos el 60% de empresas aplican en forma total o parcial la estrategia de la RSC, más los datos recopilados en la investigación muestran que no existe ninguna empresa constructora de la ciudad de Quito afiliada a CERES, por lo que este cumplimiento de los lineamientos de la RSE podría carecer de un nivel profesional de capacitación lo que haría insuficiente al momento de evaluar los resultados. De acuerdo a los beneficios que una empresa obtiene al implementar un plan de RSE se pudo concluir que ganar posicionamiento en el mercado gracias a esta práctica será uno de los principales logros, ya que en la actualidad los consumidores de edificaciones amigables con el medio ambiente, y que cumplan los lineamientos de RSE, están cada vez en aumento. Al ser desconocida esta información, por el 40% de las empresas constructoras investigadas, las mismas están desaprovechando esta gran herramienta para ganar posicionamiento en el mercado.

Moran, G.(2018), realizó la Tesis **“La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia generadora de ventaja competitiva en Ecuador”**, para la obtención del Título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría - CPA en Universidad Estatal de

Milagro, Milagro, Ecuador.

La investigación ha tenido como objetivo explicar la contribución de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia para generar ventajas competitivas en las empresas ecuatorianas, logrando que en este mundo globalizado puedan las empresas diferenciarse de la competencia mediante prácticas socialmente responsables. La metodología de esta investigación es de tipo explorativa, descriptiva; dado que para la elaboración de la presente investigación documental se realizó la revisión de fuentes de información secundaria, efectuadas en repositorios virtuales de Universidades locales, nacionales e internacionales, dirigiéndonos a tesis referentes al tema de investigación. Se pudo concluir en base a los dos objetivos establecidos señalándonos el primero que las Teorías éticas y políticas permiten entender a la Responsabilidad Social Empresarial desde perspectivas diferentes, la teoría ética enmarca los parámetros morales bajo los cuales una organización desarrolla sus actividades, una empresa que aplica Responsabilidad Social ética puede fácilmente ser diferenciada de otras que no lo aplican, En cuanto a la teoría política manifiesta que recae en el rol que tiene el estado en establecer políticas para que las empresas puedan iniciar sus actividades bajo estándares socialmente responsables, uno de los más claros ejemplos fue El Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017 que perseguía el bien común. Y como segundo Una empresa que aplica Responsabilidad Social Empresarial como estrategia, adquiere una serie de ventajas competitivas que le permitirá diferenciarse en el mercado en el que se desenvuelve, entre esas ventajas tenemos que: aumenta la reputación de la imagen corporativa, capacidad de atraer y retener clientes fieles, atracción de inversión, entre otras.

### 2.1.2. Nacionales

Bautista, Y. (2018), realizó la Tesis **“Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Unicon Concretera S.A.C., Lima, 2018”**, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo, Lima – Perú.

En esta investigación se propuso como objetivo principal comprobar la relación entre la responsabilidad social empresaria y la imagen corporativa de la Empresa Unicon Concretera S.A.C. El tipo de estudio en esta investigación fue aplicado, de nivel descriptivo correlacional, la población de estudio fueron los pobladores que habitan en la comunidad limeña con una muestra de 332 personas, además la técnica utilizada fue la encuesta conformado por 20 ítems, 11 en la primera variable “Responsabilidad social empresarial“ y 9 en la segunda variable “Imagen corporativa” concluyendo que los resultados obtenidos demuestran que existe una relación entre la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de Unicon Concretera S.A.C, Lima, 2018.

Mauricio,G. (2016), realizó la Tesis **“Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa en la Empresa Minera La Arena S.A., Provincia Sánchez Carrión, año 2015”**, para optar el Título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo – Perú.

La investigación ha tenido como objetivo “fundamentar de qué manera la Responsabilidad Social influye en la Imagen Corporativa de la empresa la Arena S.A”. Al revisar la realidad problemática, se ha formulado el problema de investigación: ¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial influye en la Imagen Corporativa de la empresa minera La Arena S.A., provincia Sánchez Carrión, año 2015? Para el recojo de datos se han tenido en cuenta dos poblaciones: 670 trabajadores y 910 beneficiarios y/o representantes de la comunidad; en base a ello se han obtenido muestras de 84 trabajadores y 87 beneficiarios. Se ha revisado documentación oficial respecto a la

entidad y se han aplicado las respectivas encuestas. Con los resultados obtenidos, y siguiendo el método científico se ha realizado el análisis y discusión correspondientes, llegando a demostrar la validez de la hipótesis que establece que: “La Responsabilidad Social Empresarial, influye de manera directa y significativa en la Imagen Corporativa de la empresa minera La Arena S.A., provincia Sánchez Carrión, año 2015”. Finalmente, al formular las conclusiones y recomendaciones, la principal conclusión establece que la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa es positiva y significativa según el coeficiente de correlación de Pearson calculado por las manifestaciones de los beneficiarios (0.9078) y las manifestaciones de los trabajadores (0.9029); así como el cálculo de la significancia por medio de la Ley de Student. Se recomienda Respecto a la Responsabilidad Empresarial, ante los proyectos de inversión que generan contaminación, mayor exigencia en la realización de estudios de impacto ambiental para prevenir los efectos negativos en el agua, aire y suelos, así como implementar programas de mitigación de daños; y además fortalecer los programas de asistencia social.

Rodríguez, E. (2019), realizó la Tesis **“La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en la microempresa “La Castellana” y su impacto en la Imagen Corporativa, Santiago de Surco, Lima, 2018”**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Alas Peruanas, Lima – Perú.

La investigación trata sobre la gestión de la responsabilidad social en las microempresas y tiene como fin determinar de qué manera esta impacta en su imagen corporativa. Se tomó como objeto de estudio a La Castellana, una microempresa ubicada en el distrito de Santiago de Surco, que se encuentra en el rubro de alimentos y bebidas. Siendo un estudio experimental, de alcance explicativo, tipo básica con enfoque mixto y se utilizó la entrevista y la encuesta como método para recoger la información. Para el análisis de

las encuestas se utilizó el programa SPSS y debido a que la muestra fue un total de 15 personas (clientes) o sea menor a 50, se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk. Los resultados obtenidos arrojaron que la gestión de la responsabilidad social sí impacta de manera positiva en la imagen corporativa de la microempresa La Castellana.

Delgado, M. y Seminario, H. (2016), realizaron la Tesis “**Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial: un enfoque correlacional**”, para optar el grado Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú.

La investigación ha tenido como objetivo determinar la forma de relación de la Cultura Organizacional con la **Responsabilidad Social Empresarial en una empresa constructora** en el periodo 2014 – 2015, teniendo en cuenta que actualmente muchas organizaciones desarrollan en paralelo programas de responsabilidad social empresarial y buscan fortalecer su cultura organizacional, llegando a un encuentro entre estas variables, por lo cual la investigación busca conocer cómo se manifiesta esta relación en la empresa constructora. Para ello se ha desarrollado esta investigación de tipo correlacional, con diseño de investigación longitudinal, que fue desarrollada en una empresa constructora de la ciudad de Trujillo con muestras de 65, 68, 61 y 78 colaboradores en cada periodo respectivo. Se emplearon el Instrumento de Cultura Organizacional de Denison y el Instrumento de Autodiagnóstico para la Responsabilidad Social Empresarial. Así mismo, esta investigación encuentra su fuente de soporte en los aportes teóricos de Cultura Organizacional de Denison y el modelo teórico de Responsabilidad Social Empresarial de FECHAC. Dentro los resultados obtenidos se resaltan que no existe relación entre las variables obteniéndose un coeficiente de 0.4 siendo el valor crítico 1.0 mediante el método de Spearman Brown, entre la Cultura Organizacional y la Responsabilidad Social empresarial en una empresa constructora de la ciudad de Trujillo en el periodo 2014 - 2015. Así mismo, se resalta



que la Cultura Organizacional se mantiene en un nivel Medio a través del tiempo, a diferencia de la Cultura Organizacional que se percibió que la Responsabilidad Social Empresarial obtuvo una disminución de nivel en el último periodo, el cual en este último obtuvo un nivel Medio, siendo las puntuaciones más bajas en el indicador de Competitividad de la Empresa y su relación con sus involucrados.

Farro, L. y Olorte, N. (2015), realizaron la Tesis **“Responsabilidad Social Empresarial en las Constructoras de la Ciudad de Chiclayo”**, para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo – Perú.

La investigación se realizó principalmente para determinar el nivel de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que tienen las empresas constructoras en la ciudad de Chiclayo. En la investigación se ha trabajado en base al modelo ETHOS, llegando a identificar las deficiencias que tienen las constructoras y la percepción de los gerentes respecto a cómo están manejando ellos la Responsabilidad Social Empresarial con los stakeholders, proponiendo la creación de políticas y planificación de sus acciones de responsabilidad social. Finalmente, para el cumplimiento de los objetivos se recopiló información mediante una encuesta dirigida a los gerentes de las constructoras de la ciudad de Chiclayo en estudio, para luego hacer un cruce de información en donde resaltaba el nivel de responsabilidad social declarado, que tienen cada una, teniendo también como resultado que no todas las empresas constructoras identifican sus deficiencias.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial**

Según (Montoya Arévalo & Martínez Ramos, 2012), la Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso voluntario que tiene una organización para mejorar el entorno y la calidad de las relaciones en el trabajo, preocupándose en realizar sus actividades laborales en beneficio del entorno social, económico y ambiental.(p.33).

Según afirma(ALTAGRACIA MARTINEZ, 2014), Responsabilidad Social Empresarial significa cuando una empresa contribuye de manera voluntaria a buscar el desarrollo de las personas y la sociedad, mejorando la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, así como también un mayor bienestar social, estas buenas acciones ayudan a las empresas a ser más competitivas, el trabajador de una empresa socialmente responsable será más productivo y tendrá un alto nivel de desempeño porque se mejoran los factores motivacionales, este comportamiento positivo de la organización provoca que el trabajador se sienta a gusto con su trabajo y por lo tanto se mantiene un clima laboral agradable en toda la organización.

Según afirma(Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, s.f.),Responsabilidad Social Empresariales cuando una organización busca mejorar la calidad de vida de los trabajadores, de sus familias, de la comunidad y de toda la sociedad en general, las organizaciones deben considerarlo como una estrategia de negocio para alcanzar liderazgo y éxito en el mercado teniendo como una gran prioridad proteger el medio ambiente y las comunidades, estas acciones mejorar su competitividad y su imagen lo que le permite atraer más clientes. Las empresas con responsabilidad social tienen las

siguientes ventajas: Son más productivas, mejorar su imagen corporativa, se reducen los costos, logran la fidelidad del cliente, aumenta la estabilidad en puestos de trabajo.

Según afirma (Asociación Geoinnova, s.f.), se entiende por Responsabilidad Social Corporativa a todas las acciones que realizan voluntariamente las organizaciones para el mejoramiento ambiental económico y social para que estas mejoren su imagen y sean más competitivas, buscando lograr un impacto positivo en el medioambiente, se obtiene una mejora en sus productos y servicios y se optimiza la calidad de vida, estas buenas acciones buscan concientizar a todas las personas que pertenecen a una organización para un mayor beneficio de toda la sociedad en general.

Según afirma (EDEN THE WATER & COFFEE COMPANY, s.f.), Responsabilidad Social Empresarial es cuando una organización utiliza estrategias con fines de carácter social y protección de medio ambiente. Estas estrategias deben ser correctamente planificadas, se debe tomar en cuenta que para crear estrategias primero se deben definir los objetivos. Además, toda acción ejecutada por una organización debe ser comunicada a los colaboradores, a todo cliente real y potencial y a la sociedad. Entre las ventajas que tiene una empresa con responsabilidad social se puede mencionar: Se aumenta la motivación y satisfacción de los colaboradores y estos trabajan mejor en equipo, se crea un clima organizacional positivo, se mejora la imagen institucional, la empresa se vuelve más competitiva, se consigue publicidad gratuita debido a que las buenas acciones se convierten en noticias de medios especializados.

Según afirma (Oxfam Intermón, s.f.), Responsabilidad social corporativa es cuando una empresa toma decisiones a favor del entorno medioambiental. social o económico, una actividad que realiza una empresa socialmente responsable es el comercio justo, lo que significa fomentar la concientización en un comercio y consumo sostenible y

responsable. Las empresas que ponen en práctica la responsabilidad social consiguen tener más prestigio y logran acercarse más a la comunidad que los rodea obteniendo más preferencia en el mercado, también pueden obtener reconocimientos y atraer a más inversionistas, estas buenas acciones buscan también eliminar la desigualdad creando un mundo más justo para toda nuestra sociedad.

Según afirma(Fundación Ayuda en Acción, 2018),Responsabilidad social corporativa son todas las acciones que realizan las empresas para buscar el desarrollo positivo de una sociedad, apoyando firmemente los derechos humanos y fundamentales, asegurando tanto el bienestar de sus colaboradores como de todo el entorno que lo rodea (proveedores, clientes, medio ambiente y toda la sociedad en general). Con estas buenas acciones se obtiene trabajadores más productivos y se consigue la satisfacción del cliente. Además, estas empresas contribuyen a la reducción de la pobreza, que es un tema tan relevante y preocupante en la actualidad.

### **2.2.2. Imagen Corporativa**

Según (Aguilar Gálvez, Salguero Rosero, & Barriga Fray, 2018), la imagen corporativa es el conjunto de elementos icónicos que tiene una organización para poder transmitir a que se dedica y que proyecta ante los demás y tiene como objetivo primordial ser más competitivo y posicionarse en la mente del consumidor, el mensaje presentado al consumidor debe crear un sentimiento hacia su marca (p.72).

Según afirma (Gallegos, s.f.),la imagen corporativa viene a ser una percepción que el público tiene en mente sobre una organización, para una empresa es importante tener una muy buena imagen para poder diferenciarse del resto, además, la imagen que tienen las personas sobre una empresa no solo es por la información que esta ofrezca para hacer se conocida, sino

también se crea por la información de los medios de comunicación y la recomendación y opiniones de los clientes hacia otras personas.

Según afirma (Del Pozo, 2017), la imagen corporativa es la idea que tienen las personas sobre una empresa antes de saber que productos y servicios tiene, así como también es lo que pensamos de una empresa después de adquirir sus servicios o productos. Una empresa que construye una buena imagen corporativa consigue fidelidad del cliente al identificarse este con la empresa.

### **2.3. Definición de términos básicos**

Según afirma (Blog oxfamintermon org, s.f.), se entiende por compromiso social cuando un individuo u organización demuestra responsabilidad social hacia toda su comunidad dando prioridad a su bienestar, apoyándoles en lo que más necesiten.

Según afirma (García Aguiar, 2018), la preservación del medio ambiente significa proteger y cuidar los recursos naturales que tienen mucha trascendencia en nuestras vidas y en las futuras generaciones, en este caso, no solo se considera el lugar por donde uno vive, sino también todas las plantas, los animales, el aire, el agua y todo lo relacionado con ellos.

Según afirma (ESIMPACT, s.f.), el impacto social son los efectos en los individuos y comunidades que suceden cuando una empresa realiza una actividad con un fin positivo. Es ese cambio que tienen las personas como consecuencia de esta actividad.

Según afirma (Blog conduce tu empresa, 2018), la toma de decisiones abarca todo un proceso racional donde se escoge la mejor alternativa entre varias reunidas. En el caso de una organización es clave tomar las mejores decisiones relacionadas al giro del negocio para conseguir éxito.



#### 4. Recursos y Presupuesto

Partida presupuestal*	Código de la actividad en que se requiere	Cantidad	Costo unitario (en soles)	Costo total (en soles)
Recursos humanos	01	1	S/ 9.00	S/ 9.00
Bienes y servicios	02	2	S/ 5.00	S/ 10.00
Útiles de escritorio	03	4	S/ 5.00	S/ 20.00
Mobiliario y equipos	04	2	S/ 30.00	S/ 60.00
Pasajes y viáticos	05	4	S/ 5.00	S/ 20.00
Materiales de consulta (libros, revistas, boletines, etc.)	06	2	S/ 3.00	S/ 6.00
Servicios a terceros	07	1	S/ 5.00	S/ 5.00
Otros	08	-	-	-
Total				S/130.00

## 5. Referencias

- Aguilar Gálvez, S., Salguero Rosero, R., & Barriga Fray, S. (2018). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Machala, Ecuador: UTMACH. Recuperado el 2 de Junio de 2020, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12502/1/Comunicacion-e-ImagenCorporativa.pdf>
- Alcívar Moreira, C. J., & Carabajo León, J. I. (2015). *Propuesta de Responsabilidad Social Empresarial en el sector inmobiliario de la ciudad de Guayaquil. (Trabajo de Titulación)*. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3979/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-154.pdf>
- ALTAGRACIA MARTINEZ, Y. (07 de Abril de 2014). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de EOI ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Asociación Geoinnova. (s.f.). *Responsabilidad Social Corporativa: Un compromiso empresarial ineludible*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Geo Innova: <https://geoinnova.org/blog-territorio/responsabilidad-social-corporativa-o-responsabilidad-social-empresarial/>
- BAUTISTA PASTRANA, Y. (2018). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA UNICON CONCRETERA S.A.C., LIMA, 2018. (TESIS DE LICENCIATURA)*. Universidad César Vallejo, LIMA, PERÚ. . Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19392/Bautista\\_PYDP.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19392/Bautista_PYDP.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Berrones SanMartín, B. G. (2017). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA COMO INCIDE EN LA IMAGEN EMPRESARIAL Y EL POSICIONAMIENTO DE LA COMPAÑÍA MEGA INMOBILIARIA MEGA VIP CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA 2015 – 2016. (TESIS)*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, Riobamba - Ecuador. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4485/1/UNACH-FCP-ING-COM-2017-0058.pdf>
- Blog conduce tu empresa. (27 de Octubre de 2018). *Toma de Decisiones en una empresa - Etapas del proceso y tipos de decisiones*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de CONDUCE TU EMPRESA: <https://blog.conducetuempresa.com/2012/01/proceso-de-toma-de-decisiones.html>
- Blog oxfamintermon.org. (s.f.). *Frases para entender el compromiso social*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Oxfam Intermón: <https://blog.oxfamintermon.org/frases-para-entender-el-compromiso-social/>
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (s.f.). *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?* Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/QueeslaResponsabilidadSocialEmpresarial.aspx>
- Del Pozo, J. (27 de Marzo de 2017). <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Somoswaka: <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>
- Delgado Cruzado, M. K., & Seminario Ortiz, H. D. (2016). *Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial: un enfoque correlacional. (TESIS)*. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10965/Delgado%20Cruzado%20Marily%20Karina%20-%20Seminario%20Ortiz%20Heber%20Domingo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- EDEN THE WATER & COFFEE COMPANY. (s.f.). *El concepto de responsabilidad social empresarial y beneficios asociados*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de EDEN THE WATER & COFFEE COMPANY: <https://www.aguaeden.es/blog/el-concepto-de-responsabilidad-social-empresarial-y-beneficios-asociados>
- ESIMPACT. (s.f.). *Impacto social*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Esimpact: [https://www.esimpact.org/?page\\_id=102](https://www.esimpact.org/?page_id=102)
- FARRO CELADA , L., & OLORTE GARCIA , N. (10 de Julio de 2015). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS CONSTRUCTORAS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO. (TESIS DE LICENCIATURA)*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, Chiclayo, Perú. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de



- [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/90/1/TL\\_FarroCeladaLuis\\_OlarteGarciaNathali.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/90/1/TL_FarroCeladaLuis_OlarteGarciaNathali.pdf)  
 Fundación Ayuda en Acción. (22 de Febrero de 2018). *Responsabilidad social corporativa o RSC, ¿en qué consiste?* Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Fundación Ayuda en Acción:  
<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/pymes/responsabilidad-social-corporativa-rsc/>
- Gallegos, A. (s.f.). *¿Qué es la Imagen Corporativa y para qué sirve?* Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Neo Attack: <https://neoattack.com/que-es-la-imagen-corporativa/>
- García Aguiar, P. (16 de Noviembre de 2018). *PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de prezi: <https://prezi.com/p/mudkzs-5ox1o/preservacion-del-medio-ambiente/>
- GONZALES MAZARIEGOS, Y. (Agosto de 2018). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN INMOBILIARIAS DE LA CIUDAD DE QUETZALTENANGO. (TESIS DE GRADO)*. UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, QUETZALTENANGO, Guatemala. . Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrca/2018/01/01/Gonzalez-Yuvisa.pdf>
- GUZMÁN AMORES, J. E. (Marzo de 2018). *ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LAS PYMES CONSTRUCTORAS DE PROYECTOS INMOBILIARIOS EN EL CENTRO NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO 2015-2017. (Trabajo de titulación)*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO, Quito, Ecuador. . Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15274/1/UPS-QT12465.pdf>
- Mauricio Villanueva, G. (2016). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA EN LA EMPRESA MINERA LA ARENA S.A., PROVINCIA SÁNCHEZ CARRIÓN, AÑO 2015. (TESIS DE LICENCIATURA)*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO, TRUJILLO, PERÚ. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8576/mauriciovillanueva\\_gilberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8576/mauriciovillanueva_gilberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Montoya Arévalo, B. E., & Martínez Ramos, P. (2012). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: Una respuesta ética ante los desafíos globales*. Chihuahua, Mexico: Röd consultoría, comunicación & rp. Recuperado el 1 de Junio de 2020, de [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=b469195a-64f2-7c62-a97a-42fa368488eb&groupId=266027](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=b469195a-64f2-7c62-a97a-42fa368488eb&groupId=266027)
- MORAN ARIAS, G. N. (Mayo de 2018). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VENTAJA COMPETITIVA EN ECUADOR. (TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO)*. UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, Milagro, Ecuador. . Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4043/1/LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20COMO%20ESTRATEGIA%20GENERADORA%20DE%20VENTAJA%20COMPETITIVA%20EN%20ECUADO.pdf>
- Oxfam Intermón. (s.f.). *Responsabilidad social corporativa, ¿qué significa realmente?* Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de Blog Oxfam Intermón: <https://blog.oxfamintermon.org/responsabilidad-social-corporativa-que-significa-realmente/>
- RODRIGUEZ GARCÍA, E. (2019). *LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA MICROEMPRESA “LA CASTELLANA” Y SU IMPACTO EN LA IMAGEN CORPORATIVA, SANTIAGO DE SURCO, LIMA, 2018. (TESIS DE LICENCIATURA)*. Universidad Alas Peruanas, LIMA, PERÚ. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <http://repositorio.uap.edu.pe/handle/uap/9376>

## **6. Aporte Científico o Académico**

Toda empresa constructora e inmobiliaria hoy en día debe apostar por la Responsabilidad Social, debido a que estas acciones están relacionadas con la estrategia de desarrollo del negocio, además esto ayuda a tener un impacto positivo en la calidad de vida de las personas. Las empresas no solo deben preocuparse de las ganancias económicas que se obtengan del negocio sino también de los efectos que sus acciones produzcan en sus trabajadores, clientes, comunidad local y medio ambiente.

Aplicar políticas de responsabilidad social mejora la imagen de la empresa, Realizar acciones que beneficien a las comunidades y al entorno, es la mejor forma de atraer clientes, debido a que estos sienten mucha admiración por aquellas empresas que se preocupan por el medio ambiente y que también realizan proyectos sociales en beneficio de la comunidad.

La responsabilidad social es muy importante para la empresa y para la sociedad ya que esta actividad hace que el trabajador tenga más confianza, respeto y admiración por la organización, aumenta su satisfacción laboral por el buen comportamiento de la empresa, esto como consecuencia le permite ser más productivo y tener mejor desempeño, entregando un mejor producto o servicio al cliente.

## 7. Conclusiones

- Se ha podido determinar que la empresa no está tomando la debida importancia a un tema tan importante como la responsabilidad social, esta actividad es muy importante porque permite el crecimiento de la organización y ayuda a mejorar su imagen institucional.
- Esta organización no se preocupa mucho por la comunidad. Debe ser prioridad de esta organización contribuir a la sociedad en temas referidos al desarrollo de la comunidad y de su talento humano.
- La Responsabilidad Social debe ser una prioridad en la gestión de esta organización, ya que a partir del momento que ponga en práctica esta actividad podrá diferenciarse de su competencia logrando posicionamiento en el mercado asegurando la captación de nuevos clientes.
- Además, se puede indicar que la empresa no realiza capacitaciones en temas medioambientales, deberían hacerlo para formarles una conciencia medioambiental y de esta manera optimizar la calidad de vida de la comunidad y conservar el patrimonio ambiental.
- Por medio de esta investigación y la revisión de antecedentes se determinó que la responsabilidad social empresarial y la Imagen Corporativa tienen una relación significativa, debido a que una empresa socialmente responsable al preocuparse por comunidad y por su medio ambiente crea una ventaja competitiva y ante los ojos de los demás es más valorada porque estas acciones contribuyen a la calidad de vida de la sociedad.

## **8. Recomendaciones**

- Crear en la organización una cultura corporativa socialmente responsable, preparando a los jefes para un lenguaje de Responsabilidad Social empresarial, para luego crear talleres donde se les comunique a los trabajadores la importancia de practicar valores tanto dentro como fuera del trabajo.
- Fomentar la responsabilidad social para crear un clima corporativo positivo y que todo colaborador se sienta orgulloso con la empresa a la cual pertenece y todos en conjunto poner su granito de arena para que esta organización mantenga una reputación social positiva, estas buenas practicas responsables también podrá beneficiar a clientes proveedores, vecinos y familias.
- Realizar campañas de responsabilidad social, como por ejemplo visitar asilos de ancianos, hacerlos sentir personas y lo más importante saber escucharlos y aprender de sus experiencias, realizar frecuentemente visitas a estas personas de la tercera edad con el objetivo de prestarles ayuda en lo que más necesiten y dar una mejora en la calidad de vida de estos seres humanos que nos dieron la vida.
- La empresa debe realizar capacitaciones a todos sus colaboradores en temas medioambientales para promover hábitos de cuidado ambiental, de esta manera cada trabajador podrá asumir un compromiso respecto al cuidado y respeto de los entornos en los que labora,

## 9. Anexos

### 9.1 Matriz de Consistencia

#### TÍTULO: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA CASA REAL NEGOCIOS INMOBILIARIOS Y CONSTRUCCIONES E.I.R.L., SAN MARTIN DE PORRES, LIMA, 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES
<p><b>Problema General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019?</li> </ul> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿De qué manera la vinculación y el compromiso con la comunidad se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019?</li> <li>¿De qué manera el cuidado y preservación del medioambiente se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer de qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019.</li> </ul> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Explicar de qué manera la vinculación y el compromiso con la comunidad se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019.</li> <li>Identificar de qué manera el cuidado y preservación del medioambiente se relacionan con la Imagen Corporativa de la Empresa Casa Real Negocios Inmobiliarios y Construcciones E.I.R.L., San Martin de Porres, Lima, 2019.</li> </ul>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad Social Empresarial</li> </ul> <p><b>Indicadores de la Variable Independiente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas responsables con clientes, proveedores, contratistas y distribuidores.</li> <li>Vinculación y compromiso con la comunidad.</li> <li>Cuidado y preservación del medioambiente.</li> </ul> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Imagen Corporativa</li> </ul> <p><b>Indicadores de la Variable Dependiente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto ante el público.</li> <li>Perfil de la organización.</li> <li>Cumplimiento de objetivos</li> </ul>

## 9.2 Entrevistas

### ENTREVISTA N°1

**1) ¿La empresa realiza capacitaciones en temas medioambientales?**

Esta organización descuida mucho este tema y no lo hace, debería realizarse este tipo de actividades para que se incentive la protección y la conservación del medio ambiente.

**2) ¿La empresa se preocupa por su comunidad?**

No. Porque la empresa todavía no muestra interés en crear programas que beneficien al medio ambiente y a la comunidad.

**3) ¿Cree Ud. que la Responsabilidad Social debe ser una prioridad en la gestión de la empresa?**

Si, debido a que ser responsable socialmente no sólo da beneficios a la comunidad, sino a la propia empresa ya que mejora su imagen institucional ante todo el mundo.

**4) ¿Cree usted que si la empresa fuera responsable socialmente tendría más recomendaciones del cliente hacia otras personas?**

Sin lugar a dudas, todo cliente siempre va a admirar más a aquella empresa que desarrolle proyectos sociales y que tengan mucha preocupación por el medio ambiente. Tener responsabilidad social hace que a la empresa se le vea más comprometida y vinculada con la sociedad mejorando su imagen ante clientes proveedores y público en general.

**5) ¿Qué otro beneficio tendrá la empresa si pone en práctica una responsabilidad Social?**

Podrá conseguir premios y reconocimientos que ayuden a ser más exitosa y competitiva, una buena actuación en el campo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es una herramienta eficaz que ayudará a dejar atrás a la competencia.

**6) ¿Considera usted que con la responsabilidad social se mejorará la imagen institucional?**

De todas maneras, ya que la responsabilidad social empresarial es un elemento clave y diferenciador que mejora la imagen de toda organización.

## ENTREVISTA N°2

### **1) ¿La empresa realiza capacitaciones en temas medioambientales?**

La empresa nunca realiza este tipo de capacitaciones, yo pienso que deberían poner en su agenda programar capacitaciones en temas medioambientales para concientizar a los trabajadores en sus obligaciones ambientales.

### **2) ¿La empresa se preocupa por su comunidad?**

No. Y eso es algo que no permite que la empresa crezca y se desarrolle mucho más. La empresa debe tomar en cuenta que su crecimiento tiene que ir de la mano con una mejora en la calidad de vida de la comunidad donde esta realiza sus operaciones.

### **3) ¿Cree Ud. que la Responsabilidad Social debe ser una prioridad en la gestión de la empresa?**

Por supuesto que sí, debido a que ser socialmente responsable causa un impacto positivo, mejora la imagen de la empresa y logra mayor sostenibilidad y competitividad.

### **4) ¿Cree usted que si la empresa fuera responsable socialmente tendría más recomendaciones del cliente hacia otras personas?**

Si. Debido a que la responsabilidad social genera recomendaciones, eleva la imagen de la empresa y mejora su reputación corporativa ante su público objetivo.

### **5) ¿Qué otro beneficio tendrá la empresa si pone en práctica una responsabilidad social?**

La empresa será más conocida y más popular, podrá mejorar su capacidad de atraer personal y conseguirá la identificación y motivación de cada talento humano perteneciente a esta organización.

**6) ¿Considera usted que con la responsabilidad social se mejorará la imagen institucional?**

No tengo la menor duda de que eso sucederá, debido a que responsabilidad social posibilita a toda empresa a mejorar su competitividad y a su imagen institucional.

**ENTREVISTA N°3**

**1) ¿La empresa realiza capacitaciones en temas medioambientales?**

No. La empresa debería preocuparse más y responsabilizarse de las consecuencias y los impactos que se derivan de todas sus acciones.

**2) ¿La empresa se preocupa por su comunidad?**

No. Y a mi entender debería hacerlo ya que si la empresa fuera socialmente responsable ayudaría a la comunidad a reducir problemas sociales.

**3) ¿Cree Ud. que la Responsabilidad Social debe ser una prioridad en la gestión de la empresa?**

Sin lugar a dudas, ya que toda empresa socialmente responsable aumenta su producción, debido a que optimiza las condiciones de trabajo y a su vez los trabajadores conseguirán eficacia y eficiencia.

**4) ¿Cree usted que si la empresa fuera responsable socialmente tendría más recomendaciones del cliente hacia otras personas?**

Afirmativo. La empresa socialmente responsable genera admiración, respeto y confianza y aumenta la posibilidad de atraer nuevos clientes gracias a las recomendaciones.

**5) ¿Qué otro beneficio tendrá la empresa si pone en práctica una responsabilidad**



**social?**

La empresa tendrá sostenibilidad a largo plazo, con la responsabilidad social se reduce el riesgo del negocio. Además, un comportamiento responsable influye favorablemente en su credibilidad en los negocios y mejora su acceso a financiamiento.

**6) ¿Considera usted que con la responsabilidad social se mejorará la imagen institucional?**

De todas maneras, ya que la responsabilidad social empresarial permite mejorar el modelo productivo de la empresa y logra el fortalecimiento ante el mercado y la comunidad teniendo como consecuencia una mejora en la imagen institucional.