

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN BUREAU VERITAS DEL
PERÚ, 2025**

TESIS

Presentada por:

Bach. Joel Alberto Vela Liendo

ORCID: 0009-0007-8138-0576

Asesor:

Dr. Sam Michael Espinoza Vidaurre

ORCID: 0000-0002-5889-0507

Para obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TACNA – PERÚ

2026

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



**RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN BUREAU VERITAS DEL
PERÚ, 2025**

TESIS

Presentada por:

Bach. Joel Alberto Vela Liendo

ORCID: 0009-0007-8138-0576

Asesor:

Dr. Sam Michael Espinoza Vidaurre

ORCID: 0000-0002-5889-0507

Para obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TACNA – PERÚ

2026

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Tesis

**“RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN BUREAU VERITAS DEL
PERÚ, 2025”**

Presentada por:

Bach. Joel Alberto Vela Liendo

Tesis sustentada y aprobada el 15 de julio del 2026; ante el siguiente jurado examinador:

PRESIDENTE: Dra. Orietta Mabel Barriga Soto

SECRETARIO: Mag. Julio Francisco Gárate Delgado

VOCAL: Mag. Ernesto Alessandro Leo Rossi

ASESOR: Dr. Sam Michael Espinoza Vidaurre

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Joel Alberto Vela Liendo, en calidad de maestrando de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI 44169089, soy autor de la tesis titulada:

“RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN BUREAU VERITAS DEL PERÚ, 2025”, con asesor Dr. Sam Michael Espinoza Vidaurre.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser el único autor del texto entregado para obtener el grado académico de Maestro en Administración y Dirección de Empresas, y que dicho texto no ha sido presentado, ni total ni parcialmente, para obtener un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin.

Asimismo, declaro no haber transgredido ninguna norma universitaria respecto al plagio, ni las leyes que protegen la propiedad intelectual.

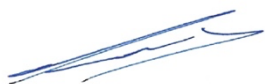
Declaro que, después de la revisión de la tesis con el software Turnitin, se obtuvo un 02% de similitud; además, el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital presentado junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se solicitó la autorización respectiva a la empresa u organización participante, evidenciándose que la información presentada es real. Reconozco las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio o realizar una falsa declaración, firmando la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades derivadas.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o investigación presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros por cualquier daño que pudiera ocasionar por el incumplimiento de lo declarado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse en favor de terceros por acciones, reclamaciones o conflictos vinculados al trabajo presentado.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente, asumo las consecuencias y sanciones correspondientes, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Lugar y fecha: Tacna, 15 de julio del 2026



Nombres y apellidos: Joel Alberto Vela Liendo

DNI: 44169089

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para superar cada desafío y permitirme alcanzar este importante logro académico.

A mi familia, por su apoyo incondicional, su confianza y sus palabras de aliento a lo largo de todo este camino, siendo siempre mi mayor fuente de motivación.

A mis compañeros de la maestría, por el compañerismo, el apoyo mutuo y el intercambio de conocimientos que enriquecieron mi formación académica y personal a lo largo de este proceso.

A mis profesores de la maestría, por su dedicación, orientación y valiosos aportes, los cuales fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo y para mi crecimiento profesional.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más profundo agradecimiento a mi madre, por su amor infinito, su constante sacrificio y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Gracias por acompañarme en cada paso del camino, por celebrar mis logros como propios y por ser una fuente permanente de inspiración para seguir adelante. Este logro también es tuyo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025, desarrollándose el estudio bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un nivel relacional y un diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 68 trabajadores de la empresa, pertenecientes a diferentes niveles jerárquicos y áreas funcionales, a quienes se les aplicó un cuestionario con escala tipo Likert, validado por expertos y con alta confiabilidad de acuerdo con el coeficiente Alfa de Cronbach.

Para el análisis de los datos se empleó estadística descriptiva e inferencial; asimismo, dado que los datos no cumplieron con el supuesto de normalidad, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman para contrastar las hipótesis planteadas, evidenciando los resultados una relación positiva y estadísticamente significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa ($p = 0,873$; $p < 0,01$), así como entre cada una de las dimensiones de la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa, con coeficientes de correlación altos y significativos.

Se concluyó así que una cultura organizacional caracterizada por prácticas participativas, profesionales, motivadoras, colaborativas y emprendedoras, se relaciona con mayores niveles de responsabilidad social corporativa en la empresa; no obstante, dichas relaciones corresponden a asociaciones estadísticas y no implican causalidad, debido al diseño metodológico del estudio.

Palabras clave: Cultura organizacional, responsabilidad social corporativa, gestión empresarial.

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between organizational culture and corporate social responsibility at Bureau Veritas Peru, 2025. The study employed a quantitative, basic, relational approach with a non-experimental, cross-sectional design. The population and sample consisted of 68 employees from the company, representing different hierarchical levels and functional areas. A Likert-scale questionnaire, validated by experts and demonstrating high reliability according to Cronbach's alpha coefficient, was administered to these employees.

Descriptive and inferential statistics were used for data analysis. Furthermore, given that the data did not meet the assumption of normality, Spearman's rho correlation coefficient was used to test the hypotheses. The results showed a positive and statistically significant relationship between organizational culture and corporate social responsibility ($\rho = 0.873$; $p < 0.01$), as well as between each of the dimensions of organizational culture and corporate social responsibility, with high and significant correlation coefficients.

It was thus concluded that an organizational culture characterized by participatory, professional, motivating, collaborative, and entrepreneurial practices is related to higher levels of corporate social responsibility in the company; however, these relationships correspond to statistical associations and do not imply causality, due to the methodological design of the study.

Keywords: Organizational culture, corporate social responsibility, business management.

INDICE

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTOS	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
INDICE	10
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.2.1. Interrogante principal	19
1.2.2. Interrogantes secundarias	19
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.3.1. Justificación Social - ODS	20
1.3.2. Justificación Metodológica	20
1.3.3. Justificación Práctica.....	21
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivos específicos	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes nacionales	24
2.1.3. Antecedentes locales	25
2.2. BASES TEÓRICAS	26

2.2.1. Cultura Organizacional	26
2.2.2. Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	33
2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS.....	37
2.3.1. Definición de Cultura Organizacional	37
2.3.2. Definición de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	38
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	40
3.1. HIPÓTESIS	40
3.1.1. Hipótesis general.....	40
3.1.2. Hipótesis específicas.....	40
3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	41
3.2.1 Identificación de la variable independiente	41
3.2.2 Identificación de la variable dependiente	41
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	43
3.6. ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA	44
3.7.1. Unidad de estudio	44
3.7.2. Población	44
3.7.3. Muestra	44
3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	45
3.8.1. Procedimiento	45
3.8.2. Técnicas	45
3.8.3. Instrumentos.....	46
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	47

4.1. Descripción del trabajo de campo	47
4.2. Diseño de la presentación de los resultados	47
4.3. Resultados.....	48
4.3.1. Datos sociodemográficos	48
4.3.2. Cultura organizacional.....	51
4.3.3. Responsabilidad social corporativa	70
4.4. Prueba estadística	93
4.4.1. Análisis de Fiabilidad	93
4.4.2. Normalidad	94
4.5. Comprobación de hipótesis	95
4.6. Discusión de resultados	101
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	106
REFERENCIAS.....	107
APÉNDICES.....	116
Apéndice 1. Cuestionario de Evaluación.....	116
Apéndice 2. Matriz de Consistencia.....	119

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cultura organizacional.....	27
Figura 2 Cultura organizacional.....	28
Figura 3 Relación de interesados en la sociedad cooperativa	34
Figura 4 Estrategia y sociedad	35
Figura 5 Edad	49
Figura 6 Sexo	50
Figura 7 Tiempo de permanencia en la empresa.....	51
Figura 8 Pregunta 1	52
Figura 9 Pregunta 2	53
Figura 10 Pregunta 3	54
Figura 11 Pregunta 4	55
Figura 12 Pregunta 5	56
Figura 13 Pregunta 6	57
Figura 14 Pregunta 7	58
Figura 15 Pregunta 8	59
Figura 16 Pregunta 9	60
Figura 17 Pregunta 10	61
Figura 18 Pregunta 11	62
Figura 19 Pregunta 12	63
Figura 20 Pregunta 13	64
Figura 21 Pregunta 14	65
Figura 22 Pregunta 15	66
Figura 23 Pregunta 16	67
Figura 24 Pregunta 17	68
Figura 25 Pregunta 18	69
Figura 26 Pregunta 19	70
Figura 27 Pregunta 20	71
Figura 28 Pregunta 21	72
Figura 29 Pregunta 22	73
Figura 30 Pregunta 23	74

Figura 31 Pregunta 24	75
Figura 32 Pregunta 25	76
Figura 33 Pregunta 26	77
Figura 34 Pregunta 27	78
Figura 35 Pregunta 28	79
Figura 36 Pregunta 29	80
Figura 37 Pregunta 30	81
Figura 38 Pregunta 31	82
Figura 39 Pregunta 32	83
Figura 40 Pregunta 33	84
Figura 41 Pregunta 34	85
Figura 42 Pregunta 35	86
Figura 43 Pregunta 36	87
Figura 44 Pregunta 37	88
Figura 45 Pregunta 38	89
Figura 46 Pregunta 39	90
Figura 47 Pregunta 40	91
Figura 48 Pregunta 41	92

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables dependiente e independiente.....	42
Tabla 2 Confiabilidad Cultura Organizacional	93
Tabla 3 Confiabilidad Responsabilidad Social Corporativa	93
Tabla 4 Normalidad.....	94
Tabla 5 Correlación HG	96
Tabla 6 Correlación H1.1	97
Tabla 7 Correlación H1.2.....	98
Tabla 8 Correlación H1.3	98
Tabla 9 Correlación H1.4.....	99
Tabla 10 Correlación H1.5	100

INTRODUCCIÓN

Actualmente, existe un incremento en cuanto a la exigencia social hacia las organizaciones, por lo que la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa se han convertido en base para la sostenibilidad y legitimidad empresarial. Según Schein (2010), la cultura organizacional es un conjunto de valores, creencias y prácticas compartidas que orientan el comportamiento de los miembros de una organización y; por su parte, Carroll (1991) precisa que la responsabilidad social corporativa consolida dimensiones económicas, legales, éticas y filantrópicas que orientan a las empresas hacia una gestión socialmente responsable. Ante ello, es necesario analizar la relación entre ambas variables para fortalecer la gestión organizacional y promover prácticas responsables que aporten al desarrollo sostenible. Para alcanzar tal objetivo, se ha dividido la presente investigación en cuatro capítulos:

El Capítulo I: El problema, presenta el planteamiento del problema de investigación; asimismo, se formulan las interrogantes, desarrollando la justificación social, metodológica y práctica de la investigación, y se establecen los objetivos del estudio.

El Capítulo II: Marco teórico, aborda los antecedentes de investigaciones relevantes relacionadas con la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa, así como las bases teóricas que sustentan ambas variables.

El Capítulo III: Metodología describe el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación, así como el ámbito de estudio, población y muestra, la operacionalización de las variables, las hipótesis planteadas y los procedimientos, técnicas e instrumentos empleados para la recolección y análisis de los datos.

El Capítulo IV: Resultados expone los hallazgos obtenidos a partir del trabajo de campo, presentando el análisis de fiabilidad y normalidad, la prueba de correlación utilizada, la comprobación de las hipótesis y la discusión de los resultados. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A escala global, las organizaciones vinculadas con actividades extractivas y de servicios especializados enfrentan diversos desafíos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), especialmente en contextos donde existe competencia por recursos indispensables para el desarrollo de sus operaciones (Arriaza & Galaz-Mandakovic, 2020). La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2017) señala que América Latina concentra territorios con una elevada explotación de recursos naturales, situación que puede generar conflictos sociales, económicos y ambientales de considerable magnitud. Estos conflictos pueden afectar las relaciones con las comunidades del entorno, limitar la continuidad de las operaciones y perjudicar la reputación de las organizaciones. Por ello, la atención de las condiciones laborales, sociales, ambientales y de seguridad constituye un componente indispensable para prevenir impactos negativos y asegurar la sostenibilidad empresarial.

En este contexto, la cultura organizacional desempeña un papel relevante en la implementación de las políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Uno de los principales desafíos organizacionales está relacionado con las dificultades que pueden experimentar los trabajadores para integrarse y adaptarse a su entorno laboral, especialmente cuando no existe suficiente liderazgo, comunicación, reconocimiento o promoción de un ambiente inclusivo y motivador (Observatorio Laboral de las Américas, 2020). Una cultura organizacional que no favorece la colaboración, la confianza y el compromiso puede generar insatisfacción laboral y limitar la eficacia de las políticas de responsabilidad social promovidas por la organización.

En el Perú, se ha identificado que una proporción importante de los trabajadores del sector servicios percibe deficiencias en sus condiciones laborales y manifiesta bajos niveles de confianza en sus compañeros de trabajo (Ferrando, 2018). Esta situación evidencia la presencia de factores internos que podrían afectar

la identificación de los colaboradores con los valores institucionales y, en consecuencia, limitar la aplicación efectiva de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial. La falta de correspondencia entre la cultura organizacional y las estrategias de responsabilidad social puede ocasionar una implementación fragmentada de las políticas institucionales, debilitar las relaciones laborales y afectar la percepción de la organización entre sus grupos de interés.

La problemática adquiere particular importancia en Bureau Veritas Perú, debido a que la empresa desarrolla servicios especializados en entornos operativos que requieren altos niveles de coordinación, cumplimiento de procedimientos, calidad, seguridad y relacionamiento con diferentes grupos de interés. En estos escenarios, la cultura organizacional influye en la manera en que los trabajadores interpretan y aplican los principios, políticas y acciones de Responsabilidad Social Empresarial. Cuando los valores institucionales no son comprendidos, compartidos o incorporados en las prácticas cotidianas, pueden presentarse dificultades en la comunicación interna, el trabajo colaborativo, el compromiso del personal y la ejecución coherente de las acciones socialmente responsables.

Resulta necesario analizar la relación entre la cultura organizacional y la Responsabilidad Social Empresarial, con la finalidad de generar evidencia que permita identificar las fortalezas y oportunidades de mejora existentes. El conocimiento de esta relación contribuirá a orientar decisiones relacionadas con el liderazgo, la comunicación, la integración del personal y el fortalecimiento de las prácticas responsables, favoreciendo el desempeño organizacional y las relaciones con los grupos de interés. De no atenderse esta problemática, podrían mantenerse las brechas entre los valores institucionales y las prácticas desarrolladas por los trabajadores, disminuyendo la eficacia de las políticas de responsabilidad social y afectando la sostenibilidad de las actividades ejecutadas.

Para efectos de la delimitación organizacional de la investigación, se precisa que el estudio se realizó exclusivamente con el personal del área de Aseguramiento de la Calidad de la Construcción —Construction Quality Assurance (CQA)— que participa en los proyectos misceláneos de la Vicepresidencia de Ingeniería y

Proyectos de Antamina. Por tanto, los resultados, conclusiones y recomendaciones corresponden únicamente a dicha área y no representan ni comprenden a la totalidad de Bureau Veritas Perú, a otras unidades de la organización o al conjunto de trabajadores de Antamina.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Interrogante principal

¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025?

1.2.2. Interrogantes secundarias

- ¿Qué relación existe entre la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025?
- ¿Qué relación tiene la cultura profesional con la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025?
- ¿Cómo se relacionan la cultura motivadora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025?
- ¿Cuál es la relación entre la cultura de trabajo y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025?
- ¿Cómo se relacionan la cultura emprendedora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Justificación Social - ODS

La investigación propuesta examina cómo las empresas pueden ser agentes de cambio social y ambiental positivo al integrar la cultura organizacional con la responsabilidad social corporativa (RSC), facilitando así la adopción de prácticas responsables en Perú y la región. El concepto de "Triple Bottom Line" de Elkington (1994) resalta la importancia de considerar los impactos sociales, ambientales y económicos, promoviendo el desarrollo sostenible. La RSC, como enfatiza Carroll (1991), implica que las empresas deben equilibrar responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas. Estudiar la influencia de los valores culturales en la RSC es vital para identificar retos y oportunidades en la implementación de prácticas sostenibles, lo que permite alinearlas con objetivos organizacionales y expectativas sociales (Hofstede et al., 2010; Aguinis y Glavas, 2012). Según Porter y Kramer (2006), vincular la estrategia empresarial con la creación de valor social no solo mejora la competitividad de las organizaciones, sino que también contribuye al progreso sostenible. Este estudio no solo enriquecerá el debate académico, sino que también servirá de guía práctica para implementar iniciativas que beneficien a la comunidad y al medio ambiente, relacionándose con el ODS 16 sobre sociedades inclusivas y el ODS 8 que impulsa el crecimiento económico sostenible.

1.3.2. Justificación Metodológica

La investigación se justifica metodológicamente porque adopta un enfoque cuantitativo para analizar la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa. Este enfoque permitirá obtener datos concretos y medibles que facilitarán el análisis estadístico, aportando resultados fiables y generalizables que pueden ser aplicados no solo a Bureau Veritas del Perú, sino también a otras organizaciones en el sector de servicios de certificación y a empresas de otros sectores interesadas en optimizar sus estrategias de responsabilidad social corporativa según (Delgado & Seminario, 2016).

1.3.3. Justificación Práctica

Esta investigación se justifica económicamente porque puede proporcionar un marco para maximizar el rendimiento financiero y sostenibilidad de Bureau Veritas del Perú. Al identificar cómo la cultura organizacional influye en la implementación y efectividad de las estrategias de responsabilidad social corporativa, la empresa puede optimizar su desempeño económico, aprovechar nuevas oportunidades de mercado, y fortalecer su posición competitiva. (Mena, 2019).

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la relación de la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.
- Identificar la relación de la cultura profesional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.
- Evaluar la relación entre la cultura motivadora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.
- Analizar la relación de la cultura de trabajo y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.
- Medir la relación de la cultura emprendedora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedentes internacionales

Astuti et al. (2024) tuvieron como fin evaluar los efectos directos e indirectos del liderazgo servicial y el rol mediador de la cultura organizacional basándose en un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, con una muestra de 210 empleados, utilizando un cuestionario con escala Likert de cinco puntos. Los resultados expusieron que el liderazgo servicial se relacionó de manera positiva y significativa con la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente β de 0.831, y con la innovación, con un coeficiente β de 0.675, así como con la cultura organizacional, con un coeficiente β de 0.944; sin embargo, no se encontró una relación significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa ni entre la responsabilidad social corporativa y la innovación, concluyéndose que el liderazgo servicial influye directamente en el fortalecimiento de la responsabilidad social corporativa y la innovación, aportando así al presente estudio al evidenciar la importancia del liderazgo en el desarrollo de prácticas de responsabilidad social en contextos empresariales similares como el de Bureau Veritas en el Perú.

Ali et al. (2023) tuvieron como fin analizar el impacto de la responsabilidad social corporativa en la reputación empresarial y en el comportamiento organizacional de ciudadanía, así como de la mediación de la cultura organizacional en medianas y grandes empresas de Pakistán, aplicándose para tal fin un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, empleando Smart PLS y contando con muestra de 360 trabajadores seleccionados por muestreo por conveniencia. Los resultados evidenciaron que la responsabilidad social corporativa influyó de manera positiva y significativa en la reputación empresarial, con un coeficiente β de 0.145, y en el comportamiento organizacional de ciudadanía, con un coeficiente β de 0.463, siendo ambos estadísticamente significativos; asimismo, se determinó que la cultura organizacional presentó una mediación completa en la relación entre la

responsabilidad social corporativa y la reputación empresarial, y una mediación parcial en la relación con el comportamiento ciudadano organizacional, concluyéndose que fortalecer las prácticas de responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional permite mejorar la reputación y el compromiso de los empleados, aportando a la presente investigación al evidenciar el papel articulador de la cultura organizacional en los efectos de la RSC.

Belay et al. (2023) tuvieron como fin determinar la influencia de la presión de los stakeholders internos sobre las prácticas de responsabilidad social corporativa, así como el efecto moderador de la cultura organizacional en grandes empresas manufactureras de la región de Amhara, Etiopía, basándose en un enfoque cuantitativo y diseño correlacional, utilizando muestreo aleatorio y una muestra conformada por 473 empleados y 253 directivos, a quienes se aplicaron cuestionarios estructurados. Los resultados evidenciaron que la presión de los stakeholders internos influyó de manera positiva y significativa en las prácticas de responsabilidad social corporativa, con un coeficiente β de 0.255, además de confirmarse que la cultura organizacional tiene un efecto positivo directo sobre la RSC y actúa como variable moderadora en dicha relación, concluyéndose así que es necesario tener una cultura organizacional orientada a la responsabilidad social para fortalecer las prácticas de RSC, así como para mejorar la reputación empresarial y promover el compromiso organizacional, aportando a la presente investigación al evidenciar la necesidad de integrar la RSC como parte de la cultura organizacional para lograr un desempeño sostenible.

Pan et al. (2022) tuvieron como objetivo analizar la interacción entre la responsabilidad social corporativa y la cultura organizacional verde, así como su influencia en el comportamiento responsable de los empleados hacia el ambiente y la sociedad fuera de la organización, basándose para tal fin en un enfoque cuantitativo, de corte transversal, y utilizando el modelamiento de ecuaciones estructurales, aplicando un cuestionario con Likert a 301 empleados de organizaciones de los sectores manufactura y servicios. Los resultados evidenciaron que la cultura organizacional verde influyó de manera positiva y significativa en el

comportamiento responsable hacia el ambiente en la sociedad, con un coeficiente β de 0.268 y un valor p de 0.011, y en el comportamiento responsable hacia la sociedad, con un coeficiente β de 0.221 y un valor p de 0.018; además, la responsabilidad social corporativa no mostró una relación significativa con el comportamiento responsable ambiental ni social y se determinó que la cultura organizacional verde predice la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente β de 0.351 y un valor p de 0.001. Ante ello, se concluyó que la cultura organizacional verde constituye permite fomentar conductas social y ambientalmente responsables más allá del ámbito organizacional, aportando a la presente investigación al exponer a la cultura organizacional como base para el fortalecimiento de la responsabilidad social corporativa en las empresas.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Cárdenas y Peralta (2024) tuvieron como fin determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Callao durante el año 2024, trabajando un enfoque cuantitativo, correlacional y no experimental, aplicándose cuestionarios estandarizados a una muestra no probabilística de 110 Mypes, realizándose el análisis de los datos se realizó mediante estadística descriptiva y la prueba de correlación Rho de Spearman, evidenciándose una relación positiva muy fuerte entre la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional, con un coeficiente Rho de 0.940 y un nivel de significancia menor a 0.01; asimismo, se identificaron relaciones significativas entre las dimensiones de la responsabilidad social empresarial y la cultura organizacional, siendo la dimensión ética la más fuertemente asociada, con un Rho de 0.515 y significancia menor a 0.01, concluyéndose que el fortalecimiento de las prácticas de responsabilidad social empresarial se asocia directamente con una cultura organizacional más sólida, aportando a la presente investigación evidencia sobre la relación entre ambas variables en el contexto de las Mypes.

Cabrera et al. (2022) tuvieron como propósito analizar la responsabilidad social corporativa, la ética empresarial y la reputación corporativa como predictores

de la retención de los usuarios en organizaciones del tercer sector ubicadas en Perú y Uruguay, basándose en un enfoque cuantitativo y diseño correlacional-explicativo, aplicando el SEM a una muestra no probabilística de 501 participantes, de los cuales 302 correspondieron a Perú y 199 a Uruguay, pertenecientes a organizaciones del ámbito educativo, microfinanzas y librerías. Los resultados evidenciaron que la responsabilidad social corporativa influyó de manera positiva y significativa en la reputación corporativa, con un coeficiente β de 0.227, y también presentó una relación significativa con la retención de usuarios, con un coeficiente β de 0.189; asimismo, la ética empresarial mostró un efecto positivo significativo sobre la reputación corporativa, con un coeficiente β de 0.522, y sobre la retención de usuarios, con un coeficiente β de 0.350, mientras que la reputación corporativa presentó el mayor impacto en la retención, con un coeficiente β de 0.39, concluyéndose que la responsabilidad social corporativa y la ética empresarial aportan a la reputación corporativa, aportando a la presente investigación la importancia estratégica de la RSC en la sostenibilidad organizacional.

2.1.3. Antecedentes locales

Hualla (2025) tuvo con fin establecer la relación entre la cultura organizacional y la estructura organizacional en el sector servicios del distrito de Tacna durante el año 2025, siendo de tipo básica, cuantitativa, correlacional y no experimental, trabajando con una muestra de 384 participantes pertenecientes al sector servicios, obtenida mediante muestreo probabilístico por conveniencia; además, para la recolección de datos se emplearon dos cuestionarios adaptados. Los resultados evidenciaron una cultura organizacional de tipo jerárquica en el 47,48% de los casos y una estructura organizacional catalogada como mala en el 38,24%, asimismo se identificó una relación positiva y significativa entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de 0,633, concluyéndose que la cultura organizacional se encuentra directamente asociada con la forma en que se estructura la organización, aportando a la presente investigación la relación de los elementos culturales en la configuración organizacional.

Viacava (2023) tuvo como propósito determinar la relación entre la gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional en la Universidad Privada de Tacna durante el período 2020, con la finalidad de proponer estrategias de mejora para su implementación institucional, siendo esta investigación de tipo básica, no experimental y cuantitativa, trabajando con una muestra de 150 colaboradores entre docentes y personal administrativo, a quienes se aplicó un cuestionario mediante la técnica de encuesta. Los resultados evidenciaron la existencia de una correlación positiva significativa y alta entre ambas variables, obteniéndose un coeficiente Rho de Spearman de 0,762, con un nivel de significancia de 0,000, concluyéndose que una adecuada gestión de la responsabilidad social universitaria se asocia directamente con el fortalecimiento de la cultura organizacional, aportando a la presente investigación evidencia de que las prácticas de responsabilidad social influyen en la transformación institucional y en el comportamiento organizacional.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Cultura Organizacional

2.2.1.1. Importancia de la cultura organizacional.

La cultura organizacional se define como el conjunto de valores, creencias, normas y prácticas que comparten los miembros de una organización. Esta cultura es fundamental para el desarrollo y el funcionamiento de las instituciones, ya que influye de manera significativa en su estructura y en los niveles de funcionamiento. A través de la cultura organizacional, se establece el ambiente laboral, se fomentan relaciones interpersonales y se promueve la cohesión entre los empleados, lo que a su vez impacta en el desempeño y la efectividad de la organización.

Figura 1

Cultura organizacional

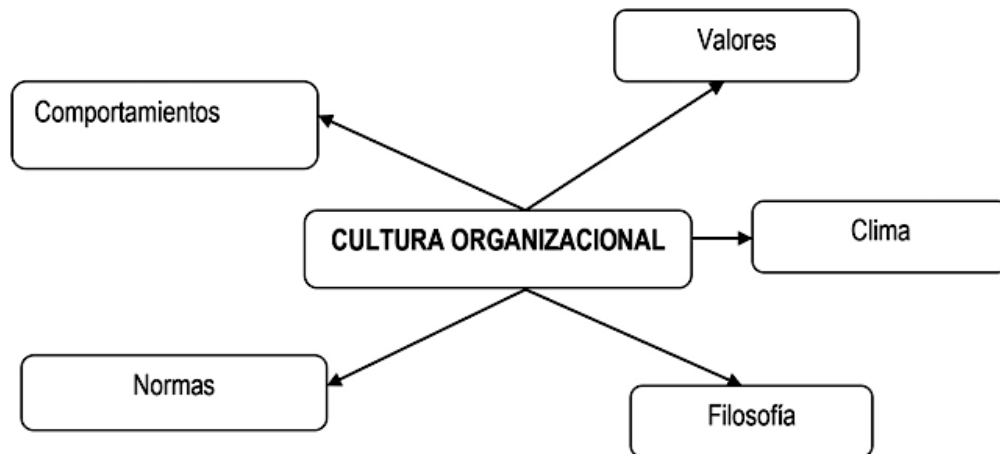


Nota. Adaptado con base a Mena (2019) donde muestra a través de un esquema los aspectos que, a su interpretación, logran la cultura organizacional.

Para lograr un análisis exhaustivo de la cultura organizacional, es importante explorar sus elementos fundamentales, que incluyen los valores corporativos, los mecanismos de socialización interna y las diferentes transformaciones culturales que pueden presentarse. Este enfoque integral permite a las organizaciones no solo identificar sus fortalezas y debilidades culturales, sino también implementar nuevas medidas que fortalezcan su identidad y mejoren su desempeño en un entorno competitivo. En resumen, la cultura organizacional es un componente esencial que conecta la misión de una entidad con sus prácticas diarias, contribuyendo de manera decisiva a su éxito y sostenibilidad a largo plazo. (Mena D. , 2019).

Figura 2

Cultura organizacional



Nota. Adaptado de Mena (2019) donde muestra a través de un esquema los aspectos que, a su interpretación, logran la cultura organizacional.

- **Comportamientos:** Los comportamientos dentro de una organización aluden a las conductas y estrategias adoptadas por los individuos en sus interacciones cotidianas. Estos procesos interactivos constituyen la esencia de las organizaciones, enriqueciéndose con elementos tales como la circulación de información, el lenguaje empleado, los rituales y las manifestaciones de respeto recíproco. Los comportamientos desempeñan un papel crucial en la configuración de la dinámica interna de la organización y su proyección hacia el exterior.
- **Normas:** Dentro del ámbito organizacional, las normas se definen como directrices y reglas que regulan, de forma formal e informal, los variados procedimientos y modalidades de acción dentro de la organización. Estas directrices establecen un esquema para el comportamiento anticipado de los trabajadores, promoviendo de este modo un ambiente laboral más coherente y eficaz. Las normativas desempeñan un papel fundamental en la orientación de las interacciones y la preservación del orden en el funcionamiento cotidiano de la organización.

- **Filosofía:** La filosofía organizacional alude a la configuración, dirección y desarrollo de las estrategias y políticas de una organización. Este procedimiento está intrínsecamente vinculado a la comprensión de las particularidades de los diversos públicos con los que la organización interactúa. Al comprender estos elementos, las organizaciones tienen la capacidad de diseñar acciones en consonancia con los intereses y expectativas de sus segmentos de mercado, facilitando así un mejor vínculo y respuesta.
- **Clima o Ambiente:** El clima organizacional se define como el entorno interno generado a través de las interacciones entre los empleados y su interacción con los públicos externos. La calidad de dichas interacciones tiene un impacto directo en la reputación corporativa, constituyendo un elemento esencial para el éxito y la viabilidad a largo plazo de la organización. Un ambiente laboral favorable promueve la colaboración, el compromiso y la productividad, generando un entorno laboral más saludable y eficaz.
- **Valores:** Los valores constituyen componentes intrínsecos que manifiestan la cultura de la entidad. De acuerdo con Fundora Arencibia, estos valores son atributos jerárquicos que se perciben como fundamentales para lograr éxitos colectivos. Los valores comunes en una organización orientan las decisiones y comportamientos, ejerciendo una influencia significativa en la vivencia cotidiana del entorno laboral. Mediante su contribución a la cohesión y identidad de la organización, los valores constituyen pilares esenciales para el desarrollo y la cohesión del equipo de trabajo.

Deal y Kennedy (1982) detallaron en su estudio cómo una cultura organizacional sólida y arraigada puede tener un impacto significativo en la eficacia y el rendimiento de una empresa al fomentar la cohesión, el compromiso y la identificación de los empleados con los valores y objetivos de la organización. Los autores investigaron la relación entre cuatro diferentes constructos de cultura organizacional y dos tipos diferentes de herramientas de gestión: blanda y dura. Los hallazgos de este estudio apoyan los resultados de investigaciones similares que

consideran la cultura como una colección de diferentes comportamientos. Esto proporciona más evidencia de que no todos los tipos de cultura, que pueden ser vistos como una colección de actividades, tienen una buena influencia en la aplicación de herramientas de gestión. Los aspectos jerárquicos y de desarrollo de la cultura fueron los únicos dos aspectos de la cultura que se encontraron con un impacto perjudicial tanto en la gestión blanda como en la dura. Estos hallazgos fueron útiles para los gerentes de negocios en naciones en desarrollo que desean mejorar el rendimiento de sus empresas utilizando métodos de gestión en diferentes culturas. A raíz de este estudio, se ha desarrollado un sistema de medición para las prácticas organizacional, lo que facilitó la realización de más investigaciones sobre gestión en naciones en desarrollo. Además de demostrar datos empíricos en sectores en vías de desarrollo para probar que el conjunto cultural desplegado por una empresa impacta tanto en la forma de gestionar blanda como en la dura, ha contribuido a aclarar la relación controvertida entre diferentes culturas y las prácticas.

La investigación también da a entender las siguientes afirmaciones como parte de la cultura organizacional:

- La cultura organizacional afecta directamente la implementación de prácticas de gestión, tanto en sus dimensiones blandas como duras. Comprender esta relación es vital para mejorar el desempeño empresarial.
- La cultura se percibe como un conjunto de comportamientos que puede tener efectos variados sobre los procesos de calidad. Esto resalta la necesidad de adaptar las prácticas de gestión al contexto cultural específico.
- La investigación proporciona información valiosa para gerentes en países en desarrollo, permitiéndoles utilizar estrategias de gestión de manera efectiva y así mejorar el rendimiento de sus empresas.
- Se ha creado un sistema de medición para facilitar estudios futuros sobre gestión de calidad en contextos similares, promoviendo un enfoque más estructurado a la calidad en naciones en desarrollo.

- El estudio contribuye a esclarecer cómo las variaciones culturales pueden influir en la aplicación de prácticas de gestión, lo que es crucial para la investigación y práctica en gestión de calidad.

Por otro lado, Cameron & Quinn (2011) también llevan a cabo un exhaustivo análisis sobre la influencia que diversos tipos de cultura organizacional pueden tener en el rendimiento de una empresa. Se llevó a cabo un estudio de caso múltiple para investigar los procesos de pensamiento de liderazgo innovador de líderes visionarios del cambio social. Los autores presentaron perfiles de estudio de caso de cuatro líderes del cambio social que han realizado contribuciones significativas en sus respectivos campos profesionales como agentes de cambio innovadores. Estos líderes fueron seleccionados debido a su profundo impacto en la sociedad.

Los análisis en profundidad de los cuatro casos de líderes del cambio revelaron nuevas comprensiones conceptuales sobre las conexiones fundamentales entre los valores y creencias centrales de cada líder individual, los procesos de pensamiento de liderazgo innovador, y las maneras en que cada líder pudo aprovechar las ideas innovadoras generadas a partir de este pensamiento rompedor para inspirar y guiar un cambio transformador positivo en el dominio elegido por el líder y en el contexto socio-organizacional. Estas nuevas comprensiones se revelaron como resultado de los hallazgos del análisis.

Del texto se entiende la importancia del liderazgo en el cambio social en los siguientes puntos:

- El liderazgo de cambio social se centra en la capacidad de innovar y articular una visión que impacte positivamente en la sociedad.
- La comprensión de cómo los valores personales de los líderes influyen en sus procesos de pensamiento y en su capacidad para generar cambios es crucial para desarrollar líderes efectivos.

- Los líderes que aprovechan ideas innovadoras pueden inspirar a otros y movilizar recursos para lograr transformaciones significativas en sus campos de actuación.
- Las ideas y técnicas identificadas en el estudio pueden servir como guía práctica para otros líderes en diversas áreas, aumentando su efectividad y alcance.
- La colaboración y el aprendizaje mutuo entre líderes del cambio a través de diversos contextos, promoviendo un ecosistema de apoyo para la innovación social.
- Los líderes del cambio social no solo transforman sus organizaciones, sino que también tienen el potencial de influir positivamente en la comunidad y en la sociedad en general.
- Es importante el aprendizaje y la adaptación de los líderes a nuevas realidades y desafíos en un mundo en constante cambio.

2.2.1.2. Influencia de la cultura organizacional en el comportamiento y desempeño.

Según el estudio realizado por Kotter y Heskett en el año 1992, se pudo comprobar de manera concluyente que las organizaciones con culturas sólidas y arraigadas tienen la capacidad de potenciar significativamente su rendimiento económico a largo plazo. No obstante, es fundamental que estas culturas sean lo suficientemente flexibles y adaptables para poder afrontar con éxito las transformaciones y desafíos provenientes del entorno externo.

2.2.1.3. Interacción de la cultura organizacional en el entorno

Hofstede (1980) llevó a cabo exhaustivos estudios comparativos de valores culturales en diversas naciones alrededor del mundo, los cuales ejercen una notable influencia en la manera en que se ponen en práctica las costumbres culturales en las organizaciones multinacionales.

2.2.1.4. Estrategias para gestionar la cultura organizacional

Schein (2010) sugiere que la gestión cultural efectiva requiere una profunda conciencia y comprensión de las marcadas diferencias existentes entre la cultura ideal que se busca alcanzar y la cultura presente en la organización, proponiendo la implementación de estrategias como el cambio gradual y progresivo para lograr una transformación cultural exitosa.

2.2.2. Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

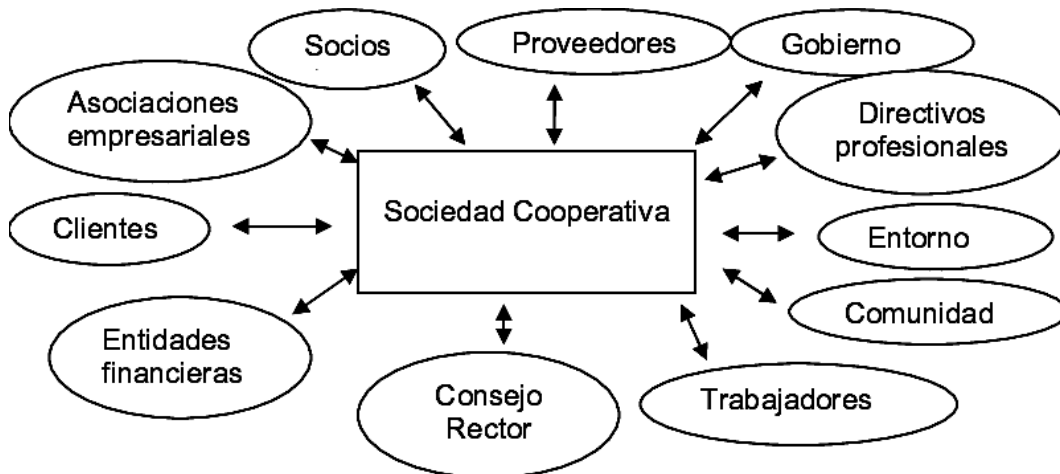
2.2.2.1. Evolución de RSC.

La Responsabilidad Social Corporativa ha experimentado un cambio significativo a lo largo del tiempo, pasando de ser considerada únicamente como una acción filantrópica a convertirse en un elemento estratégico fundamental para el desarrollo y la prosperidad de las empresas en el mercado actual, como lo señaló Freeman (1984), La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se entiende como un enfoque que integra las expectativas y necesidades de diversos grupos de interés (stakeholders) en las operaciones de una empresa. Esta perspectiva, desarrollada y popularizada Freeman, enfatiza la creación de valor no solo para los accionistas, sino también para los empleados, clientes, proveedores, comunidades y el medio ambiente.

En este sentido, la RSC establece una conexión entre las prácticas empresariales, el capitalismo y los principios éticos, subrayando que las empresas tienen la responsabilidad de actuar de manera ética y sostenible en su búsqueda de beneficios. La evolución del concepto de responsabilidad social ha promovido una comprensión más amplia de cómo los negocios pueden y deben contribuir al bienestar de la sociedad, reconociendo que su éxito está intrínsecamente ligado a la salud y prosperidad de las comunidades en las que operan. Al adoptar la RSC, las empresas no solo cumplen con expectativas sociales, sino que también fortalecen su reputación y crean un entorno propicio para el desarrollo sostenible.

Figura 3

Relación de interesados en la sociedad cooperativa



Nota. Adaptado de Freeman (1984) en donde indica que cuando se habla de negocios, se refiere a un sistema que nos permite crear valor para diversos grupos de interés.

En el contexto actual, caracterizado por mercados dinámicos y altamente competitivos, las organizaciones enfrentan el desafío constante de diferenciarse y sostener ventajas estratégicas en el tiempo. La volatilidad del entorno obliga a renovar las formas de gestión, incorporando modelos flexibles, innovadores y orientados a la creación de valor integral, no solo económico. Este escenario ha impulsado a las empresas a replantear la manera en que se relacionan con sus grupos de interés y con la sociedad en general, buscando estrategias que fortalezcan su legitimidad y contribuyan a su permanencia en el mercado. Desde esta perspectiva, Porter y Kramer (2007) argumentan que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), cuando se integra de manera estratégica, puede convertirse en una fuente significativa de ventaja competitiva. Esta integración no debe entenderse como una acción complementaria o exclusivamente filantrópica, sino como una práctica que incrementa la reputación corporativa, fortalece la confianza de los grupos de interés y genera entornos favorables para el desarrollo empresarial. Los autores plantean que el éxito económico y el bienestar social no son realidades opuestas, sino dimensiones interdependientes que pueden converger en beneficios compartidos.

El enfoque conocido como valor compartido establece que las empresas tienen la capacidad de identificar necesidades sociales que pueden ser abordadas desde sus capacidades organizacionales, generando simultáneamente beneficios para la comunidad y ventajas competitivas para la organización. Bajo esta lógica, la RSC se concibe como una oportunidad para innovar, mejorar procesos y consolidar relaciones estratégicas, más que como un mecanismo defensivo o de imagen corporativa. Adoptar esta visión resulta fundamental para competir en entornos donde la legitimidad social y la sostenibilidad empresarial son factores determinantes para el éxito futuro.

Figura 4

Estrategia y sociedad



Nota. Adaptado en el estudio de Porter y Kramer (2007) este artículo marcó un hito, ya que llevó a las corporaciones a considerar la RSC como una forma de diferenciarse y obtener una ventaja competitiva.

Porter y Kramer (2007) indican que, en la agenda de responsabilidad social de las empresas, es fundamental priorizar la satisfacción de los grupos de interés,

evitando reacciones defensivas a corto plazo. Un análisis de los problemas sociales a partir de la cadena de valor puede ayudar a mitigar riesgos.

En el modelo productivo actual, existe una interdependencia entre las empresas y la sociedad, por lo que es esencial prevenir fricciones innecesarias que debilitan a ambos actores y afectan la competitividad y el funcionamiento social. Este concepto se conoce como valor compartido, donde las decisiones deben beneficiar a ambas partes.

Las empresas y la sociedad deben convivir e interactuar. Una fuerza laboral productiva requiere educación, salud y oportunidades equitativas. Las empresas dependen de los consumidores para prosperar, y una sociedad saludable es clave para su éxito. A su vez, una sólida base empresarial es crucial para el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

2.2.2.2. Desafíos y Críticas de la RSC.

A pesar del creciente reconocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como un componente estratégico en la gestión empresarial, diversos autores señalan que su implementación enfrenta importantes desafíos. Frynas (2005) advierte que, en numerosos casos, la RSC puede convertirse en una práctica superficial o simbólica cuando las organizaciones proyectan una imagen responsable sin modificar de manera real sus procesos internos, fenómeno conocido como greenwashing. Esta situación surge cuando las declaraciones de compromiso social o ambiental no se corresponden con acciones verificables o sostenibles en el tiempo.

El autor también identifica limitaciones estructurales que obstaculizan el aporte de la RSC al desarrollo. Entre ellas destacan: la subordinación de las iniciativas sociales a los objetivos económicos de corto plazo; la falta de articulación con las condiciones socioculturales de cada país; el escaso involucramiento de las comunidades beneficiarias; y la limitada disponibilidad de recursos humanos capacitados para diseñar y ejecutar programas de impacto. Asimismo, Frynas señala que, incluso cuando las empresas logran implementar

acciones concretas, estas no siempre abordan problemas de gobernanza o desigualdades estructurales, lo que reduce su alcance transformador. En consecuencia, existe el riesgo de que la RSC desplace el debate hacia soluciones empresariales, relegando la necesidad de políticas públicas y estrategias sociales de mayor alcance. Por otro lado, también se reconocen experiencias que demuestran el potencial de la RSC como herramienta de valor social. Rodríguez (2010) enfatiza que la creatividad y la participación activa de las organizaciones pueden generar proyectos exitosos que no solo benefician a la comunidad, sino que también fortalezcan la identidad corporativa y la relación con los grupos de interés. En su estudio, se analizan casos donde la RSC se integra de manera coherente a la estrategia empresarial, mostrando resultados positivos y sostenibles. Además, a través de entrevistas a especialistas europeos en responsabilidad social, el autor destaca la importancia de una gestión ética, innovadora y alineada con los contextos locales para garantizar la efectividad de estas iniciativas.

2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

2.3.1. Definición de Cultura Organizacional

El concepto de cultura organizacional se define como la amalgama de valores, creencias, tradiciones y normas que los integrantes de una organización comparten. Este principio juega un papel crucial en la dirección de las acciones y resoluciones dentro de la misma (Schein, 2010). La cultura no solo establece la identidad de la organización, sino que también funciona como un esquema que orienta la conducta de los empleados, promoviendo la cohesión y el compromiso hacia objetivos compartidos.

Los modelos de suposiciones compartidas son fundamentales para la eficacia de un grupo. Estos presupuestos, ya sean implícitos o explícitos, se derivan de la experiencia compartida y del aprendizaje colectivo en la resolución de problemas y en la toma de resoluciones. De acuerdo con Hofstede (1980), estos componentes culturales se manifiestan en estilos laborales y prácticas

organizacionales que pueden fluctuar de una cultura a otra, influyendo en la interpretación que los empleados hacen de su entorno laboral.

La comprensión y validación de estas hipótesis por parte de todos los integrantes son fundamentales para preservar la armonía y el desempeño óptimo del equipo en la consecución de sus metas (Cameron & Quinn, 2006). Adicionalmente, la cultura organizacional se ve afectada por elementos externos, tales como las dinámicas del mercado y las tendencias sociales, lo que resalta la necesidad de una cultura adaptativa en contextos fluctuantes (Kotter & Heskett, 1992).

Numerosas investigaciones han evidenciado que una cultura organizacional robusta no solo incrementa la satisfacción en el trabajo, sino que también puede ejercer un impacto positivo en el rendimiento de la organización (Barney, 1986). Choi y Lee (2014) sostienen que una cultura centrada en el aprendizaje promueve la innovación y potencia la habilidad de la organización para enfrentar los desafíos del entorno.

La cultura de la organización está también intrínsecamente vinculada con la Responsabilidad Social Corporativa. Empresas que incorporan principios éticos en su cultura habitualmente observan un incremento en el compromiso de sus empleados en iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (Aguilera et al., 2007). Esto evidencia que la cultura no constituye un componente independiente, sino que se interrelaciona con otros aspectos estratégicos de la organización.

2.3.2. Definición de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se entiende como el conjunto de políticas, prácticas y decisiones que las organizaciones adoptan para responder de manera responsable a las expectativas y demandas de los grupos de interés vinculados a sus operaciones. Este enfoque no se limita únicamente a la generación de utilidades, sino que considera también los impactos sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial. Desde la perspectiva de Sachdeva y Ramesh (2023), la RSC integra dimensiones económicas, legales, éticas y filantrópicas que

orientan el comportamiento de las compañías hacia un desempeño sostenible y socialmente consciente.

- La dimensión económica se relaciona con la capacidad de la organización para mantener su sostenibilidad financiera. Para lograrlo, las empresas deben desarrollar actividades que promuevan el crecimiento productivo, la generación de empleo y el cumplimiento de obligaciones fiscales, de modo que su operación contribuya tanto al desarrollo empresarial como al bienestar de la comunidad en la que se encuentran (Carroll, 1991).
- En cuanto a la dimensión legal, esta implica que las empresas deben actuar dentro del marco normativo vigente, cumpliendo leyes, estándares y regulaciones asociadas a su actividad. Respetar la normativa garantiza prácticas organizacionales transparentes y coherentes con los principios de justicia y responsabilidad pública (Garriga & Melé, 2004).
- La dimensión ética se vincula con la adopción de principios y valores que orienten la toma de decisiones más allá del cumplimiento mínimo exigido por la ley. Este aspecto promueve comportamientos responsables, honestidad en la comunicación corporativa, respeto por la dignidad humana y compromiso con los derechos fundamentales, lo que fortalece la confianza entre la empresa y sus grupos de interés (Freeman, 1984).
- Finalmente, la dimensión filantrópica comprende las acciones voluntarias que las organizaciones realizan para contribuir al bienestar social. Estas iniciativas pueden manifestarse en programas comunitarios, apoyo a organizaciones sociales o proyectos educativos y ambientales, reflejando el compromiso de la empresa con el entorno y su desarrollo sostenible (Elkington, 1997).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

El estudio se orienta a analizar la relación existente entre la cultura organizacional y la implementación de estrategias de responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas del Perú centrándose específicamente en el área de Aseguramiento de la Calidad CQA de proyectos misceláneos de la Vicepresidencia de ingeniería y proyectos en Antamina. Para ello, se adopta un enfoque cuantitativo, dado que se trabajará con información expresada en valores numéricos que permitirá medir, describir y examinar la asociación entre las variables de investigación. Este enfoque facilita la obtención de datos objetivos y comparables, posibilitando un análisis estadístico riguroso. De acuerdo con este propósito, la investigación se estructura bajo procedimientos sistemáticos que abarcan la selección de la población y muestra, la definición de instrumentos de medición, la recolección de los datos y el análisis estadístico correspondiente. En los apartados siguientes se presentan de manera detallada las estrategias metodológicas que guían el estudio.

3.1. HIPÓTESIS

3.1.1. Hipótesis general

H1: Existe una relación positiva y significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.

3.1.2. Hipótesis específicas

- H1.1: Existe una relación positiva y significativa entre cultura participativa y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.
- H1.2: Existe una relación positiva y significativa entre la cultura profesional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.

- H1.3: Existe una relación positiva y significativa entre la cultura motivadora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.
- H1.4: Existe una relación positiva y significativa entre la cultura de trabajo y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.
- H1.5: Existe una relación positiva y significativa entre la cultura emprendedora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.

3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

En la siguiente tabla se expone las variables dependiente e independiente, así como sus dimensiones e indicadores respectivos.

3.2.1 Identificación de la variable independiente

Variable independiente: Cultura Organizacional

3.2.2 Identificación de la variable dependiente

Variable dependiente: Responsabilidad Social Corporativa

Tabla 1

Operacionalización de variables dependiente e independiente

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTOS
Variable X CULTURA ORGANIZACIONAL	Es el conjunto de valores, creencias, normas, actitudes y comportamientos que comparten los miembros de una organización y que determinan cómo se comportan, interactúan y trabajan juntos. Esta cultura se manifiesta en la forma en que la organización funciona y se refleja en sus políticas, prácticas, estructuras, sistemas de comunicación y relaciones interpersonales (Sánchez, Trillo, Mora, & Ayuso, 2006)	CULTURA PARTICIPATIVA	Compromiso Directivo Procesos de comunicación Estilo de dirección Toma de decisiones Organización de Eventos de capacitación	- Los gerentes de los proyectos están comprometidos con los valores y prácticas orientados a la gestión. - Los procesos de comunicación en las áreas son asertivos y permiten el flujo de información. - El estilo de la gerencia es participativo, flexible e integrador. - Las gerencias de proyectos tienen autonomía en la toma de decisiones. - La empresa promueve y apoya la realización de eventos de capacitación para la divulgación de los procesos de gestión.	Likert Ordinal Muy de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Indiferente = 3 En desacuerdo = 2 Muy en desacuerdo = 1	Cuestionario de Cultura Organizacional (Rueda-Barrios, Gonzales-Bueno, Rodenas, & Moncaleano, 2018)
		CULTURA PROFESIONAL	Formación en programas de fortalecimiento de capacidades Asistencia a eventos de capacitación Formación en nuevas tecnologías de información y comunicación Tics Crecimiento profesional y personal	- La empresa apoya a los trabajadores con descarga de tiempo para la formación en programas de fortalecimiento de capacidades. - La empresa brinda apoyo económico para la formación en programas de fortalecimiento de capacidades. - La empresa brinda apoyo económico para asistir a eventos nacionales de capacitación.		
		CULTURA MOTIVADORA	Incentivos económicos Reconocimientos	- La empresa aporta a su crecimiento profesional y personal. - La empresa ofrece incentivos económicos a los gerentes, trabajadores por resultados anuales de producción laboral. - La empresa realiza reconocimientos públicos a los trabajadores por logros anuales de producción laboral.		
		CULTURA TRABAJO EN EQUIPO	Equipos multidisciplinarios Nuevos grupos de trabajo Nuevos grupos de trabajo	- La empresa promueve proyectos de desarrollo con equipos de trabajo Multidisciplinarios. - La empresa promueve la creación de nuevos grupos y líneas de servicios de desarrollo social. - La empresa fomenta las alianzas para la realización de proyectos entre gerencias de desarrollo estratégico.		
		CULTURA EMPRENDEDORA	Convenios interinstitucionales Presupuesto para proyectos Políticas de innovación Nuevos proyectos productivos	- La empresa promueve convenios con entidades Empresa-Estado para el desarrollo de proyectos de desarrollo - La empresa asigna presupuesto suficiente para proyectos inversión - La empresa promueve políticas generales que apoyan la innovación - La empresa apoya y financia la ejecución de nuevos proyectos de desarrollo productivo.		
Variable Y Responsabilidad Social Corporativa	Ha de ser entendida como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (stakeholders), con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo en cada momento entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente (Fernández, 2018)	GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN	Implementación de acciones para lograr los objetivos propuestos. Principios de la organización	- En esta empresa desarrollan actividades para incrementar la Responsabilidad Social Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la empresa Se hace una utilidad adecuada de los recursos - En la empresa se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación con la responsabilidad social	Likert Ordinal Muy de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Indiferente = 3 En desacuerdo = 2 Muy en desacuerdo = 1	Cuestionario para Medir Responsabilidad Social en las Organizaciones (Sotelo-Asef, Arrieta-Díaz, Alvarado-González, & Aviña-Rentería, 2018)
		DERECHOS HUMANOS	Respeto a los derechos humanos de la persona Plan de revisión de impactos negativos y malas decisiones	- La empresa cuenta con principios de transparencia - La empresa cuenta con políticas de derechos humanos - La empresa cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos		
		PRÁCTICAS LABORALES	Prevención de impactos Solución de impactos	- La empresa cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones - La empresa cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente - La empresa realiza actividades de información de cantidades de material tóxico usadas en el medio ambiente		
		PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	Formulación en responsabilidad social. Políticas de responsabilidad social	- La empresa cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente - Esta empresa realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social - La empresa realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social		
		ASUNTOS DE CONSUMIDORES	Conocimiento de subcontratistas Transparencia con las subcontratas	- La empresa cuenta con políticas de responsabilidad social - Esta empresa se informa completamente de sus subcontr - Esta empresa investiga a sus subcontratas para fortalecer la responsabilidad social - Esta empresa y sus subcontratas comparten información de forma transparente - Esta empresa y sus subcontratas realizan contratos beneficiosos para ambos - Esta empresa y sus subcontratas informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes		
		PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	Ejecución de actividades de responsabilidad social Protección y ayuda al ciudadano	- Esta empresa realiza actividades de cercanía a la comunidad - Esta empresa participa en asociaciones locales - Esta empresa alerta y protege a los ciudadanos - Esta empresa ayuda en programas de desarrollo de la comunidad		

Nota: Elaboración propia con información recopilada

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación pura o formal, también conocida como investigación básica o descriptiva, se centra en la exploración de nuevos conocimientos con un enfoque en comprender conceptos y fenómenos fundamentales. Según Hernández Sampieri (2014), la investigación básica se dedica a la búsqueda de conocimiento sin una aplicación inmediata, lo que permite sentar las bases del conocimiento científico. Esta forma de investigación es esencial para el desarrollo de la ciencia, ya que proporciona el sustento teórico necesario para investigaciones aplicadas posteriores (Guba & Lincoln, 2005).

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), la investigación básica busca aumentar el nivel de comprensión sobre un tema específico, permitiendo así una mejor base para futuras investigaciones que aborden problemas concretos. Este enfoque es particularmente significativo en el ámbito académico, donde el objetivo principal es expandir el conocimiento y contribuir a la formación teórica de diversas disciplinas.

3.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Nivel relacional: Este nivel de investigación busca comprender la interacción de las variables y cómo estas interacciones afectan a un fenómeno particular. “Es decir, intenta predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseeb en la o las variables relacionadas” (Hernández et al., 2010).

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Diseño No Experimental: La investigación no manipuló deliberadamente las variables de estudio. En lugar de ello, observará y medirá las variables tal como ocurren en su entorno natural. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Transversal: La recolección de datos se realizó en un único punto en el tiempo, permitiendo analizar la relación entre las variables en un momento específico. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

3.6. ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

El ámbito de aplicación del presente trabajo de investigación es la empresa Burear Veritas Perú.

En cuanto al tiempo social. El periodo de desarrollo de la investigación está programado para el segundo semestre de 2025, lo cual establece un marco temporal preciso para la recopilación de datos y el análisis. Esto significa que los resultados obtenidos y las conclusiones estarán contextualizadas en un tiempo específico, que podría ser relevante para la planificación futura en el 2026, posiblemente considerando cambios o adaptaciones en las estrategias de cultura organizacional y responsabilidad social corporativa de Bureau Veritas en Perú.

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1. Unidad de estudio

Empleados de Bureau Veritas del Perú.

3.7.2. Población

La población de estudio estará conformada por los empleados de Bureau Veritas del Perú, incluidos los niveles gerenciales, mandos intermedios y personal operativo que participan directa o indirectamente en la implementación de estrategias de responsabilidad social corporativa, los cuales son 68 personas.

3.7.3. Muestra

La muestra fue censal, dado que consideró a los 68 trabajadores de Bureau Veritas del Perú, incluidos los niveles gerenciales, mandos intermedios y personal operativo que participan directa o indirectamente en la implementación de estrategias de responsabilidad social corporativa.

3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.8.1. Procedimiento

Análisis Descriptivo: Se utilizaron estadísticas descriptivas para describir las características de la muestra y las respuestas obtenidas en relación con las variables de cultura organizacional y RSC.

Análisis Correlacional: Se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman medir la fuerza y la dirección de la relación entre las dimensiones de la cultura organizacional y las estrategias de RSC.

Software de Análisis: El análisis de datos se realizó utilizando el software estadístico SPSS26 para garantizar precisión en los cálculos y robustez en los resultados.

3.8.2. Técnicas

Para la obtención de la información requerida en la investigación, se empleó la técnica de la encuesta, dado que permite recopilar datos de manera estandarizada y directa de los participantes. El instrumento seleccionado fue un cuestionario estructurado, compuesto por preguntas cerradas y organizado bajo una escala tipo Likert de cinco categorías, donde 1 representa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. El cuestionario estará dividido en dos bloques principales:

- Cultura Organizacional: Esta sección incluyó ítems orientados a medir aspectos vinculados con los valores institucionales, el estilo de liderazgo, la comunicación interna, la colaboración entre áreas y el grado de involucramiento de los colaboradores en la gestión.
- Responsabilidad Social Corporativa: Esta sección recopiló la percepción de los trabajadores respecto a la aplicación y efectividad de las iniciativas de responsabilidad social que promueve la empresa.

– Validez y Confiabilidad del Instrumento

- Validez: El contenido del instrumento fue sometido a la evaluación de especialistas en el área, quienes verificarán la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems respecto a las variables analizadas.
- Confiabilidad: Posteriormente, se realizó una prueba piloto y se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach con el fin de determinar la consistencia interna del cuestionario, donde se obtuvieron valores muy altos.

3.8.3. Instrumentos

Para la variable "Cultura Organizacional", se empleó el Cuestionario de Cultura Organizacional (Rueda-Barrios, Gonzales-Bueno, Rodenes, & Moncaleano, 2018). Respecto a la variable "Responsabilidad Social empresarial", está basado en el cuestionario para Medir Responsabilidad Social en las Organizaciones (Sotelo-Asef, Arrieta-Díaz, Alvarado-Gonzáles, & Aviña-Rentería, 2018).

La confiabilidad del instrumento se verificó a través de una prueba piloto, resultando en un índice de Alfa de Cronbach de 0.7. Se realizaron consultas a expertos, obteniendo validaciones y aprobaciones que aseguran la pertinencia del instrumento en reflejar cómo la cultura organizacional impacta el desempeño laboral, considerando que esta cultura se expresa en la forma en que los miembros de la organización interactúan y colaboran.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Descripción del trabajo de campo

El trabajo de campo de la presente investigación se desarrolló con la finalidad de recopilar información directa y pertinente sobre la percepción de los trabajadores respecto a la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas del Perú; para lo cual, se procedió a la aplicación del instrumento de recolección de datos durante el periodo establecido en el cronograma de investigación, respetando los principios éticos y académicos correspondientes.

La población participante estuvo conformada por 68 trabajadores de Bureau Veritas del Perú, pertenecientes a distintos niveles jerárquicos y áreas funcionales de la organización; asimismo, la aplicación del cuestionario se realizó de manera estructurada, garantizando la confidencialidad de la información y el consentimiento informado de los participantes, quienes respondieron de forma voluntaria.

El instrumento utilizado fue un cuestionario de tipo estructurado, diseñado bajo una escala tipo Likert de cinco niveles, el cual permitió medir las dimensiones de la cultura organizacional y de la responsabilidad social corporativa; además, la aplicación del cuestionario se realizó en un solo momento, acorde con el diseño no experimental y de corte transversal de la investigación.

La información obtenida fue recopilada, organizada y codificada para su posterior procesamiento estadístico, asegurando la validez y confiabilidad de los datos, los cuales son la base para el análisis de los resultados presentados en los apartados siguientes.

4.2. Diseño de la presentación de los resultados

La presentación de los resultados de la presente investigación se diseñó de forma ordenada con el propósito de facilitar la comprensión e interpretación de la información obtenida a partir del trabajo de campo; para ello, los datos recolectados

mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de Bureau Veritas del Perú fueron organizados y analizados acorde a los criterios estadísticos del enfoque cuantitativo.

Los resultados se presentan a través de tablas estadísticas, las cuales permiten resumir la información de forma clara y objetiva, aportando a una mejor visualización de los resultados y a una interpretación adecuada de las variables de estudio y sus respectivas dimensiones.

Asimismo, el análisis de los datos se realizó mediante el uso del software estadístico SPSS 26, el cual permitió realizar los cálculos y cuantificar la confiabilidad de los resultados obtenidos. En relación con los objetivos de la investigación, se efectuó un análisis descriptivo para medir las variables de cultura organizacional y responsabilidad social corporativa a través de las preguntas realizadas, seguido de un análisis inferencial para determinar el grado de relación existente entre ambas variables.

Para la contrastación de las hipótesis planteadas, se emplearon pruebas estadísticas acordes al nivel y diseño de la investigación, considerando un nivel de significancia de $\alpha = 0.05$, presentándose estos resultados de forma ordenada, iniciando con la hipótesis general y continuando con las hipótesis específicas, lo que permitió una interpretación ordenada y acorde a los objetivos de la investigación.

Finalmente, la presentación de los resultados se estructuró de forma lógica, permitiendo que cada apartado aporte al análisis del estudio y sirva de base para la discusión de los resultados.

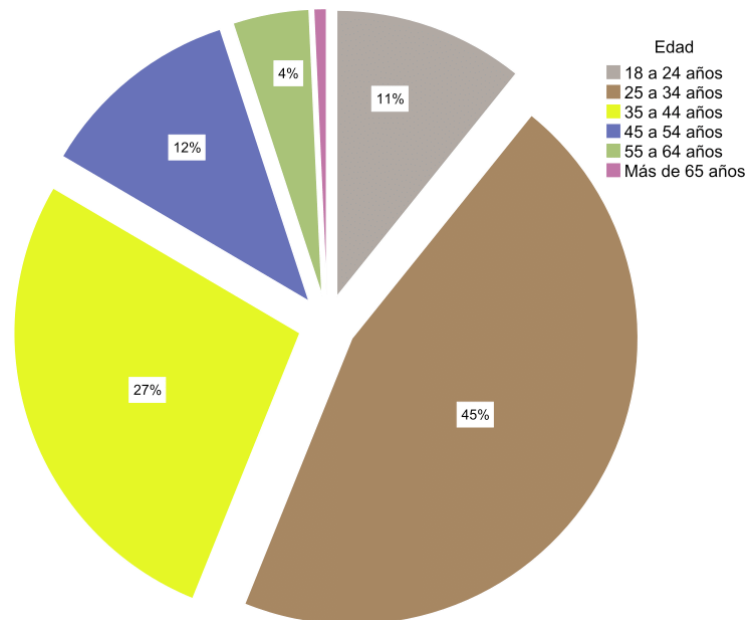
4.3. Resultados

4.3.1. Datos sociodemográficos

Con relación a los datos sociodemográficos se evaluó la edad, sexo y también se identificó la cantidad de años que el trabajador llevaba en la empresa. Respecto a la edad, se obtuvo:

Figura 5

Edad

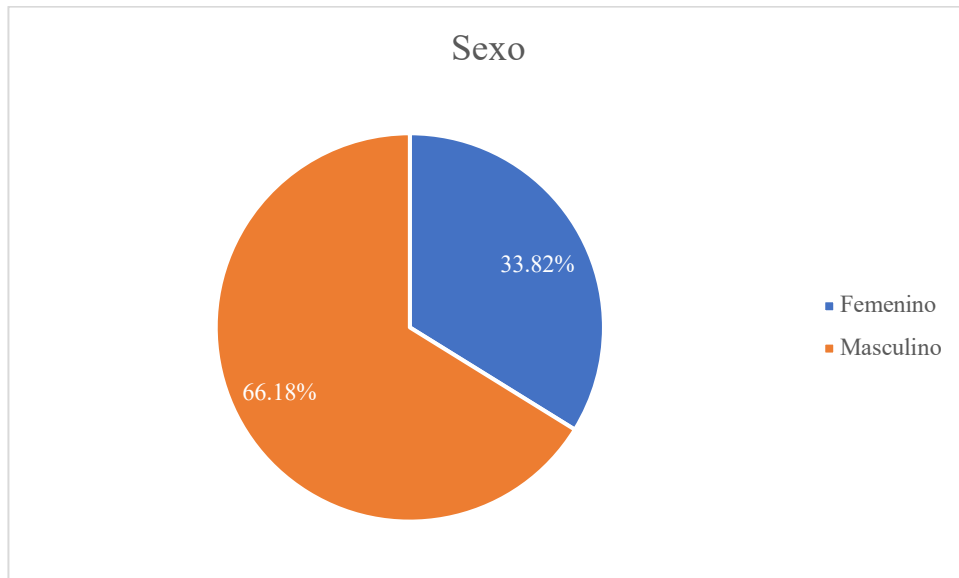


La edad de los trabajadores de Bureau Veritas del Perú muestra una concentración en los rangos de 32 a 38 años con un 30,88% de la muestra, seguidos por el grupo de 39 a 45 años, que evidencia un 26,47%, lo cual muestra que la mayor parte del personal se encuentra en una etapa de madurez laboral; asimismo, el rango de 25 a 31 años evidencia un 25,00% de los trabajadores, observándose también un alto porcentaje de personal joven en proceso de consolidación profesional dentro de la organización. Además, los grupos de 46 a 52 años y 53 a 59 años representan el 14,71% y el 2,94%, respectivamente, lo que indica una menor participación de trabajadores con mayor trayectoria y cercanos a la edad de retiro; por tanto, estos resultados evidencian que la organización cuenta con una fuerza laboral adulta, lo cual puede aportar en la implementación de prácticas organizacionales y de responsabilidad social corporativa.

En relación al sexo de los trabajadores, se obtuvo:

Figura 6

Sexo

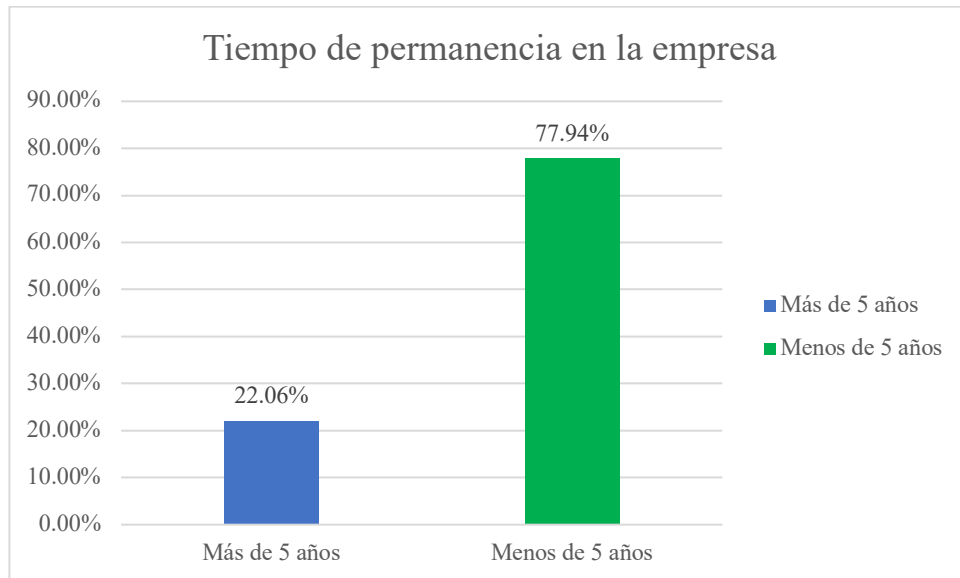


La distribución por sexo de los trabajadores de Bureau Veritas del Perú evidencia una mayoría del sexo masculino, siendo este del 66,18% de la muestra, mientras que el sexo femenino es del 33,82%. Estos resultados indican que la empresa cuenta mayoritariamente con una fuerza laboral masculina; sin embargo, también se observa una participación relevante de mujeres, evidenciando así que aún no existe una distribución equitativa entre varones y mujeres, esto se puede traducir en una oportunidad de mejora para la organización en la promoción de políticas orientadas a la igualdad de género, en relación con los procesos de contratación y desarrollo del talento humano.

Respecto al tiempo de permanencia en la empresa, se obtuvo:

Figura 7

Tiempo de permanencia en la empresa



El tiempo de permanencia en la empresa de los trabajadores de Bureau Veritas del Perú muestra que la mayoría del personal cuenta con una antigüedad menor a cinco años, siendo este grupo el 77,94% de la muestra, lo cual evidencia una fuerza labora reciente dentro de la organización; asimismo, los trabajadores con una permanencia mayor a cinco años representan el 22,06%, lo que indica una menor proporción de personal con trayectoria más amplia, evidenciando así que la empresa tiene alta rotación de personal, siendo esto un reto y una oportunidad para desarrollar estrategias de retención, compromiso organizacional y desarrollo de carrera en el largo plazo.

4.3.2. Cultura organizacional

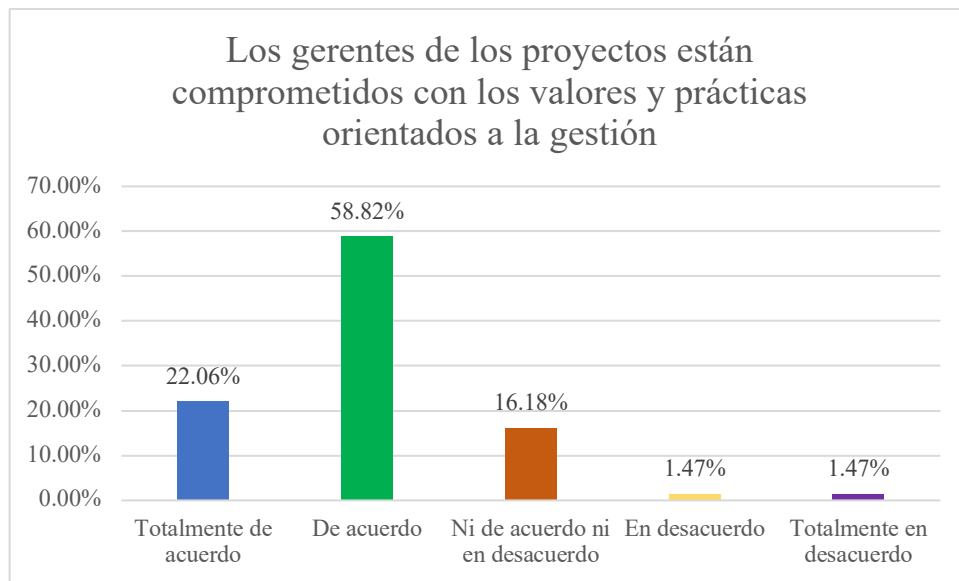
Con relación a los resultados descriptivos de la cultura organizacional, se obtuvo:

a) Cultura Participativa

Como primera dimensión que hace referencia la cultura participativa, se observa:

Figura 8

Pregunta 1



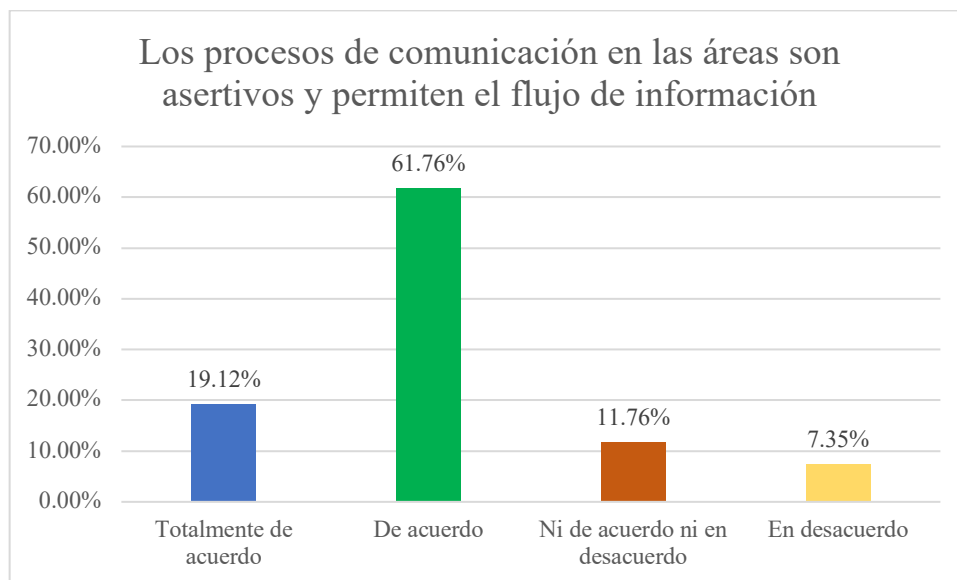
Referente si los gerentes de los proyectos están comprometidos con los valores y prácticas orientados a la gestión, se evidencia una tendencia en su mayoría positiva; en tal sentido, el 58,82% de los trabajadores manifestó estar de acuerdo, mientras que el 22,06% señaló estar totalmente de acuerdo, evidenciando una perspectiva positiva respecto al compromiso mostrado por la gestión. Asimismo, el 16,18% de los encuestados tuvo una posición neutral indicando estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que las opiniones desfavorables fueron bajas, dado que tanto quienes expresaron estar en desacuerdo como quienes indicaron estar totalmente en desacuerdo, cada uno el un 1,47% del total.

Ante ello, estos resultados demuestran que la mayoría de los trabajadores percibe que la gestión de los proyectos se desarrolla en coherencia con los valores institucionales, permite generar confianza y alineamiento organizacional; sin embargo, la presencia de respuestas neutrales y, en menor medida, negativas,

evidencia la necesidad de reforzar de manera constante estas prácticas para lograr una percepción más uniforme entre todos los trabajadores.

Figura 9

Pregunta 2

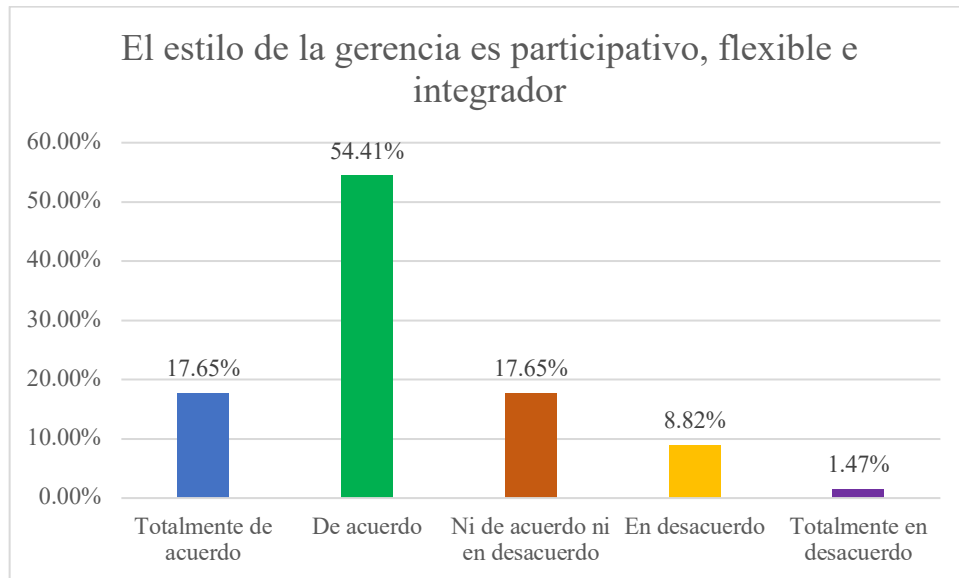


Con relación a si los procesos de comunicación en las áreas son asertivos y permiten el flujo de información, el 61,76% de los trabajadores precisó estar de acuerdo con la premisa, mientras que el 19,12% indicó estar totalmente de acuerdo, lo que evidencia una valoración positiva de los procesos de comunicación; asimismo, el 11,76% se mostró neutral dado que se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 7,35% expresó estar en desacuerdo, observándose una percepción menos favorable en un grupo menor de trabajadores.

Estos los resultados evidencian que la comunicación interna es percibida como adecuada por la mayoría de los trabajadores, lo cual ayuda a la coordinación y el flujo de información en la organización; no obstante, la presencia de respuestas neutrales y desfavorables evidencia la necesidad de continuar fortaleciendo los canales y prácticas de comunicación para lograr una percepción más positiva.

Figura 10

Pregunta 3

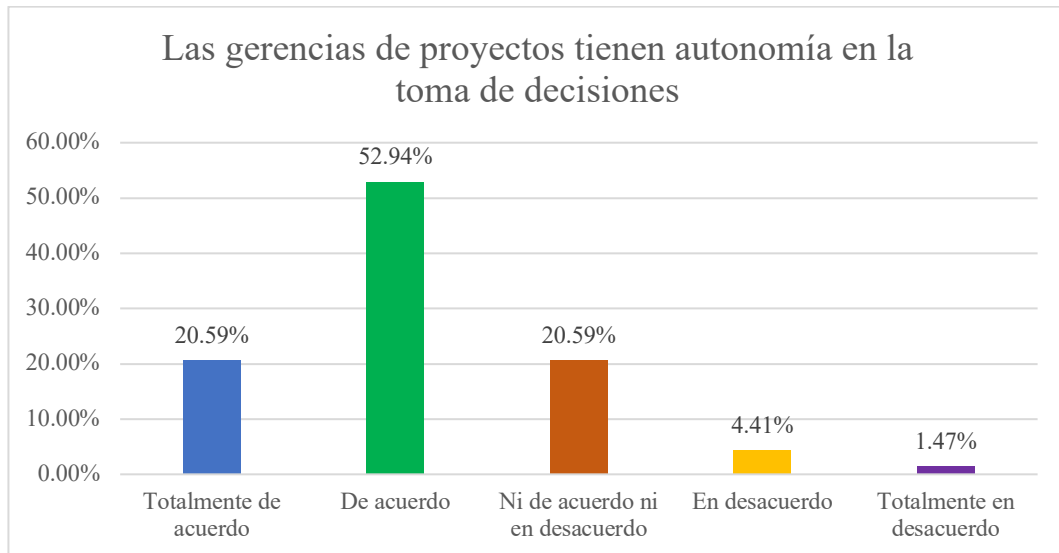


Con relación a si el estilo de la gerencia es participativo, flexible e integrador, los resultados muestran en su mayoría respuestas positivas; en tal sentido, el 54,41% de los encuestados indicó estar de acuerdo con la premisa, mientras que el 17,65% indicó estar totalmente de acuerdo, evidenciando así una valoración positiva del estilo de liderazgo; asimismo, el 17,65% de los trabajadores indicó encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, reflejando una postura neutral frente a este aspecto. Por otro lado, el 8,82% expresó estar en desacuerdo, y una minoría con un 1,47%, indicó estar totalmente en desacuerdo, indicando que menos trabajadores no perciben el estilo de la gerencia como participativo, flexible e innovador.

Se evidencia así que la mayoría de los trabajadores percibe un estilo de gestión orientado a la participación y la flexibilidad; sin embargo, la existencia de respuestas neutrales y desfavorables evidencia la necesidad de continuar trabajando en prácticas de liderazgo que permitan una percepción más positiva en toda la organización.

Figura 11

Pregunta 4



Respecto a si las gerencias de proyectos cuentan con autonomía suficiente para tomar decisiones, los resultados muestran en su mayoría respuestas positivas, dado que el 52,94% de los encuestados indicó estar de acuerdo con la existencia de autonomía en la toma de decisiones, mientras que el 20,59% señaló estar totalmente de acuerdo, evidenciando una percepción; asimismo, el 20,59% de los trabajadores indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. A su vez, el 4,41% indicó estar en desacuerdo, y una minoría con un 1,47% precisó estar totalmente en desacuerdo, evidenciando que las percepciones negativas fueron mínimas.

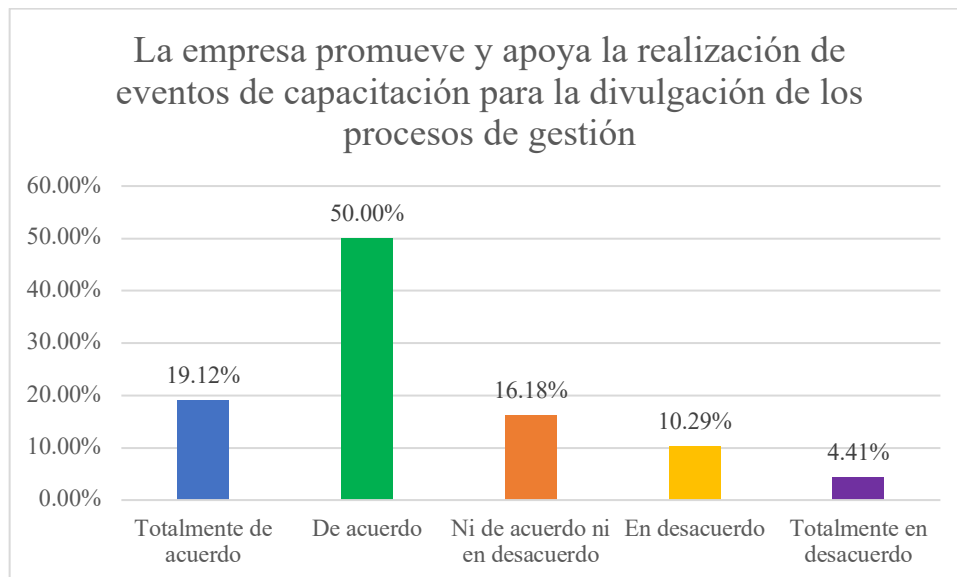
Estos resultados evidencian que una gran parte de los trabajadores percibe que las gerencias de proyectos disponen de un grado adecuado de autonomía para la toma de decisiones, favoreciendo así la agilidad y eficiencia en la gestión; sin embargo, la presencia de respuestas neutrales y desfavorables permite observar la necesidad de reforzar la claridad y comunicación de los niveles de autonomía, con el fin de incrementar las percepciones positivas.

b) Cultura Profesional

Referente a la cultura profesional, se obtuvo:

Figura 12

Pregunta 5

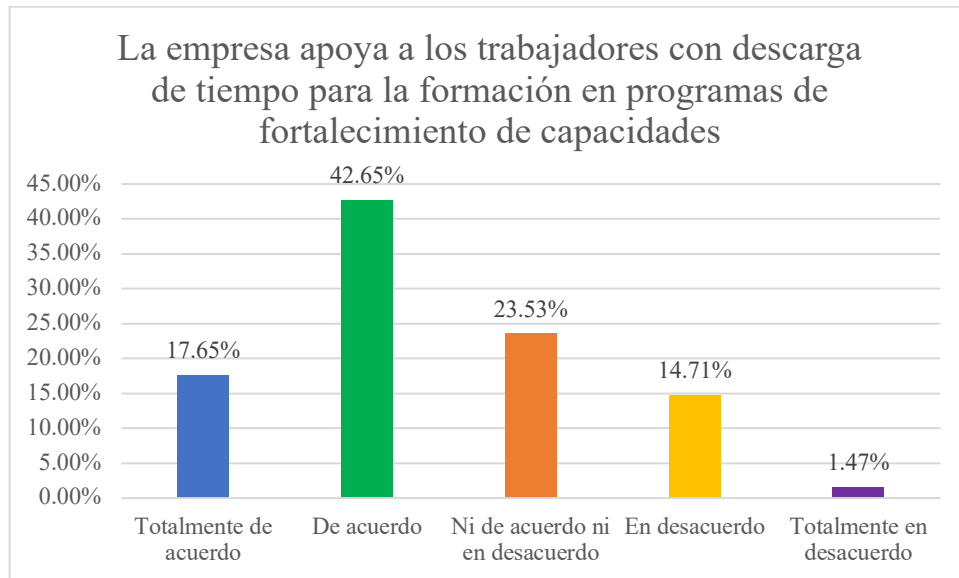


Referente a si la empresa promueve y apoya la realización de eventos de capacitación para la divulgación de los procesos de gestión, los resultados muestran una mayoría de respuestas positivas, dado que el 50,00% de los encuestados precisó estar de acuerdo con la premisa, mientras que el 19,12% indicó estar totalmente de acuerdo, evidenciando así una visión positiva. Asimismo, el 16,18% de los trabajadores indicó encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 10,29% que expresó estar en desacuerdo, y un 4,41% que indicó estar totalmente en desacuerdo, observándose que la mayoría de percepciones en cuanto a que la empresa promueve y apoya la realización de eventos de capacitación para la divulgación de los procesos de gestión, fue positiva.

Estos resultados permiten observar que la mayoría de los trabajadores percibe que la empresa promueve espacios de capacitación para fortalecer la gestión; sin embargo, la existencia de respuestas neutrales y desfavorables evidencia la necesidad de reforzar la difusión, frecuencia o accesibilidad de estas actividades, ello con el fin de generar perspectivas positivas.

Figura 13

Pregunta 6

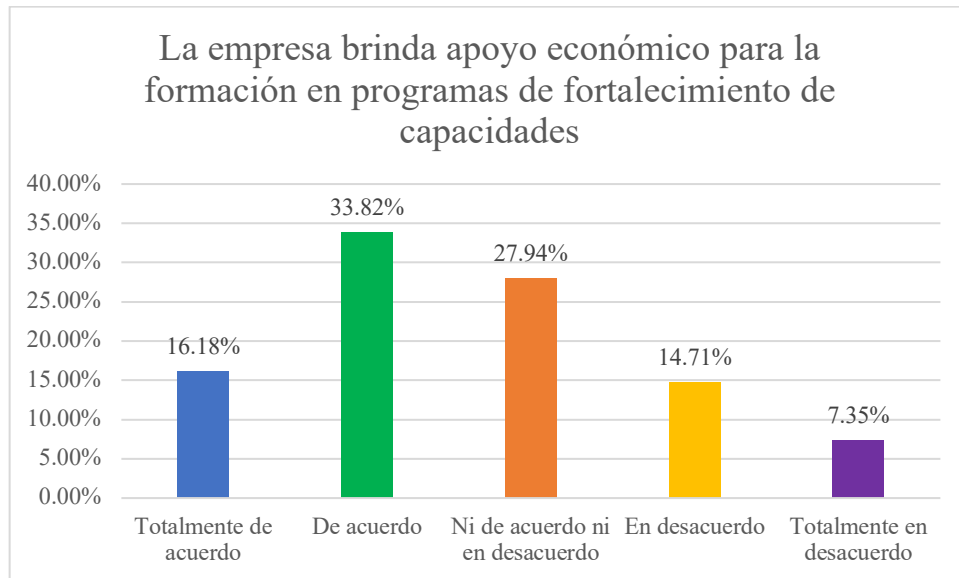


Con relación a si la empresa apoya a los trabajadores con descarga de tiempo para la formación en programas de fortalecimiento de capacidades, se observan en su mayoría respuestas positivas, ya que el 42,65% de los encuestados indicó estar de acuerdo, mientras que el 17,65% indicó estar totalmente de acuerdo, lo que evidencia que la mayoría de trabajadores reconoce el apoyo institucional en este aspecto. Asimismo, el 23,5% de los trabajadores señaló encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 14,71% que indicó estar en desacuerdo, y un 1,47% precisó estar totalmente en desacuerdo, evidenciando respuestas negativas, aunque en menor proporción.

Por tanto, si bien la empresa es percibida por la mayoría como una organización que brinda facilidades de tiempo para la formación, aún persisten percepciones negativas que ponen en evidencia la necesidad de fortalecer la planificación, comunicación y equidad en el acceso a los programas de capacitación, ello con el fin de aumentar las valoraciones positivas en este aspecto.

Figura 14

Pregunta 7

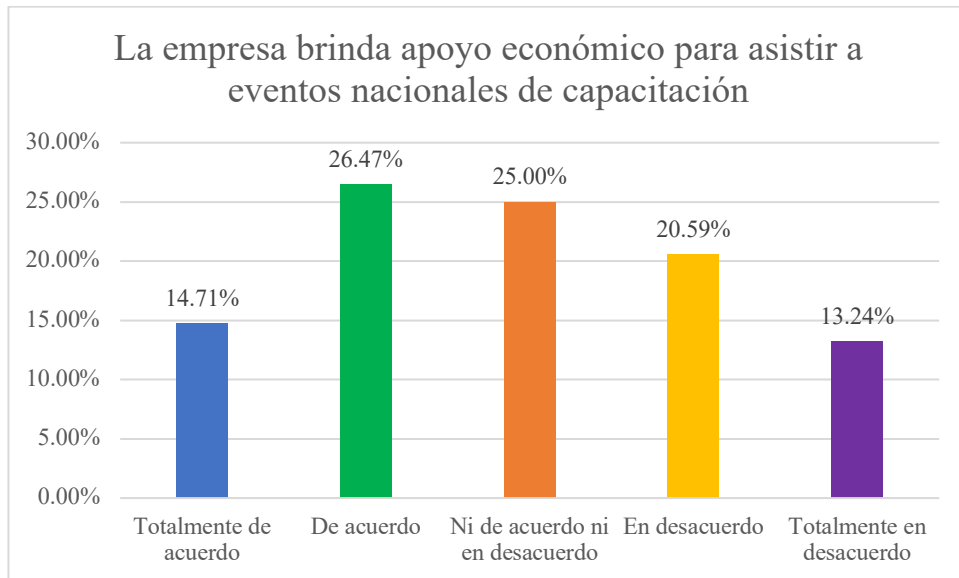


Respecto a si la empresa otorga apoyo económico para la formación en programas orientados al fortalecimiento de capacidades, se evidencia en su mayoría respuestas positivas, dado que el 33,82% de los encuestados indicó estar de acuerdo, mientras que el 16,18% indicó estar totalmente de acuerdo, por lo que una gran parte de los trabajadores reconoce la existencia de este tipo de apoyo. Asimismo, el 27,94% precisó encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 14,71% que expresó estar en desacuerdo, y un 7,35% que indicó estar totalmente en desacuerdo, evidenciando que se tienen algunas respuestas negativas.

Ante ello, se puede observar que, si bien existe un reconocimiento parcial del apoyo económico brindado por la empresa para la formación, la presencia alta de respuestas neutrales y negativas evidencia la necesidad de incrementar el apoyo económico para la formación en programas de fortalecimiento de capacidades, con el fin de tener una valoración más positiva de parte de los trabajadores y ayudando a los trabajadores a que puedan participar de más programas que les permitan fortalecer sus capacidades en beneficio de la empresa.

Figura 15

Pregunta 8



A cerca de si la empresa ofrece apoyo económico para la participación en eventos nacionales de capacitación, se evidencian respuestas divididas, dado que el 26,47% de los encuestados indicó estar de acuerdo, mientras que el 14,71% indicó estar totalmente de acuerdo, evidenciando así que varios trabajadores consideran que sí existe este tipo de apoyo; no obstante, el 25,00% señaló encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, además de que el 20,59% expresó estar en desacuerdo, y el 13,24% manifestó estar totalmente en desacuerdo.

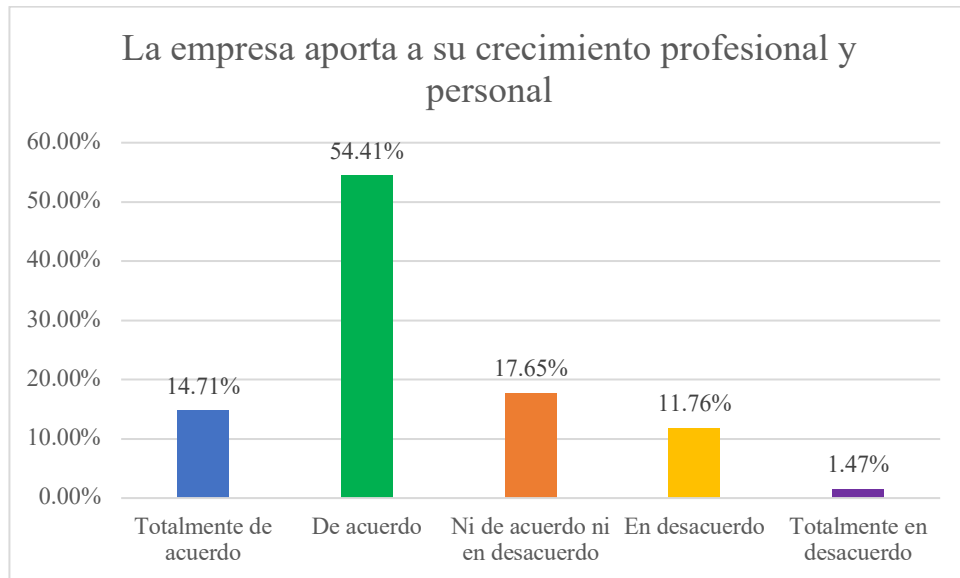
Por tanto, se observa que el apoyo económico para asistir a eventos nacionales de capacitación no es percibido del todo por los trabajadores, lo cual por lo que, se evidencia la necesidad de fortalecer y clarificar las políticas de apoyo económico orientadas a la capacitación externa.

c) Cultura motivadora

Referente a la cultura motivadora, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 16

Pregunta 9

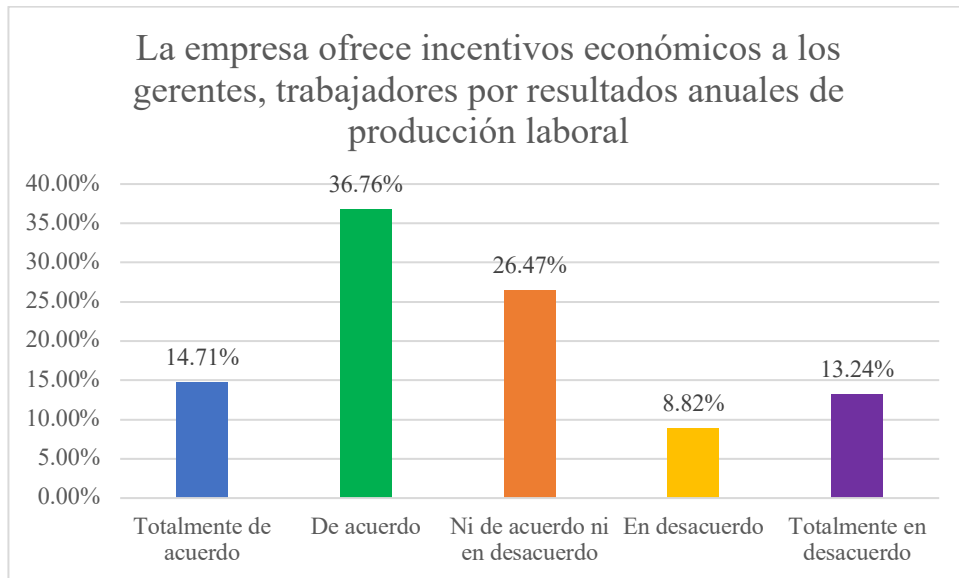


Con relación a si la empresa aporta al desarrollo profesional y al crecimiento personal de su personal, se evidencia una perspectiva positiva de los trabajadores, dado que el 54,41% de los encuestados indicó estar de acuerdo, mientras que el 14,71% indicó estar totalmente de acuerdo, lo que evidencia que una mayoría reconoce el aporte de la empresa a su desarrollo. Asimismo, el 17,65% señaló encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 11,76% que expresó estar en desacuerdo, y un 1,47% manifestó estar totalmente en desacuerdo, lo que indica la existencia de percepciones menos favorables, pero en una minoría.

Por ende, se evidencia que la empresa es percibida por la mayoría como una organización que aporta en el crecimiento profesional y personal de sus trabajadores; sin embargo, la presencia de respuestas neutrales y desfavorables evidencia la necesidad de reforzar las estrategias de desarrollo del talento, para aportar en desarrollo del crecimiento profesional y personal de los trabajadores.

Figura 17

Pregunta 10

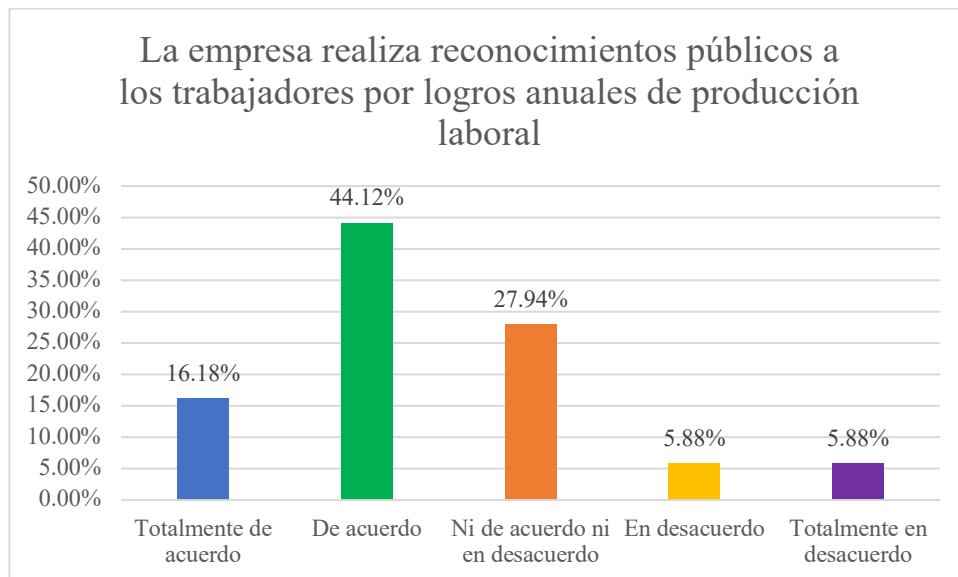


Referente a si la empresa otorga incentivos económicos en función de los resultados anuales de producción laboral, se observan opiniones dispersas, dado que el 36,76% de los encuestados indicó estar de acuerdo, mientras que el 14,71% indicó estar totalmente de acuerdo, reflejando una perspectiva positiva en este sentido. Asimismo, el 26,47% indicó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 8,82% que expresó estar en desacuerdo, y un 13,24% manifestó estar totalmente en desacuerdo, observándose que en este punto existe un porcentaje importante a diferencia de otras preguntas con perspectivas negativas.

Por tanto, los incentivos económicos relacionados a la producción laboral no son percibidos de manera equitativa por los trabajadores, por lo que se evidencia la necesidad de fortalecer la claridad, equidad y comunicación de las políticas de incentivos, además de asegurar que todos los trabajadores puedan participar de estos incentivos de forma justa y equitativa.

Figura 18

Pregunta 11



Sobre si la empresa reconoce públicamente los logros alcanzados por el personal en función de los resultados anuales de la producción laboral, se observan resultados que en su mayoría fueron positivos, dado que el 44,12% de los encuestados indicó estar de acuerdo, mientras que el 16,18% indicó estar totalmente de acuerdo. Asimismo, el 27,94% indicó encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, además de que quienes manifestaron estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, suman el 5,88% del total de encuestados en cada grupo, evidenciando una minoría con percepción negativa en este punto.

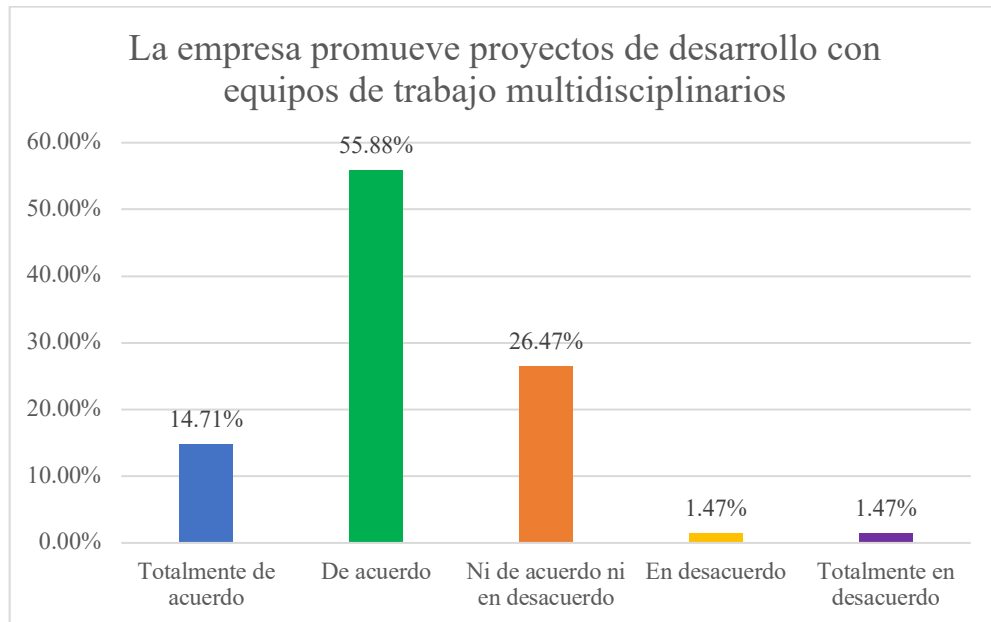
Se expone así que los reconocimientos públicos por logros laborales son percibidos de manera positiva por la mayoría de los trabajadores; sin embargo, también existen diversas respuestas neutrales que evidencian que el reconocimiento público hacia los trabajadores por sus logros podría mejorar aún, por lo que se debe trabajar en que todos los trabajadores perciban este reconocimiento uniformemente.

d) Cultura de trabajo en equipo

Con relación a la cultura de trabajo en equipo se obtuvo:

Figura 19

Pregunta 12

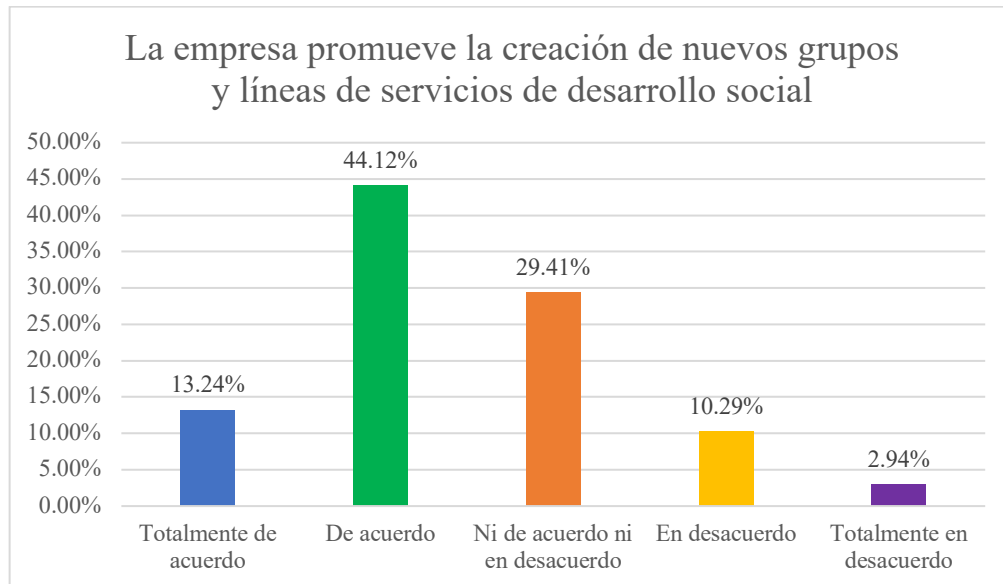


Con relación a si la empresa promueve proyectos de desarrollo con equipos de trabajo multidisciplinarios, el 55.88% de los trabajadores señaló estar de acuerdo, mientras que el 14.71% indicó estar totalmente de acuerdo. Asimismo, el 26.47% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 1.47% que indicó estar en desacuerdo y un 1.47% que señaló estar totalmente en desacuerdo, siendo estos grupos minoritarios.

Se observa por tanto que la empresa es percibida como una organización que impulsa el desarrollo de proyectos mediante equipos multidisciplinarios, lo cual favorece la integración de conocimientos y habilidades diversas; no obstante, dado que existe un grupo de trabajadores con opiniones neutras, se evidencia la necesidad de fortalecer y visibilizar estas prácticas para lograr un mayor reconocimiento del trabajo colaborativo en todos los niveles de la organización, identificando también si existen áreas en las que no promueven los proyectos de desarrollo con equipos de trabajo multidisciplinarios, con la finalidad de asegurar que estos tipos de proyectos se lleven a cabo a lo largo de toda la organización.

Figura 20

Pregunta 13

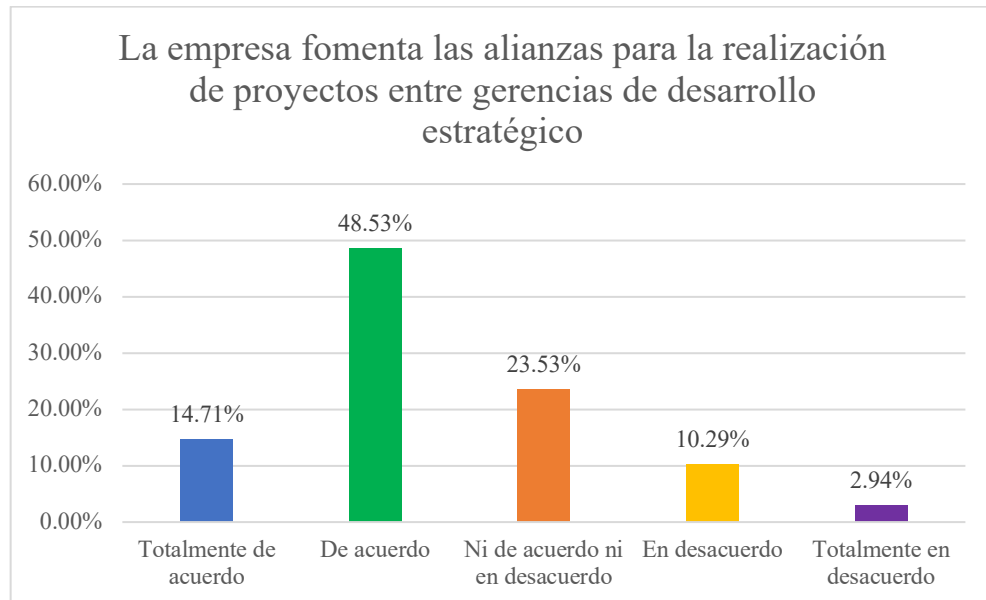


Abordando si la empresa promueve la creación de nuevos grupos y líneas de servicios de desarrollo social, el 44.12% de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 13.24% señaló estar totalmente de acuerdo. Adicionalmente, el 29.41% indicó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 10.29% que indicó estar en desacuerdo y un 2.94% que señaló estar totalmente en desacuerdo, acumulándose en estos últimos grupos respuestas negativas, pero minoritarias.

Ante ello, se observa que la empresa es percibida como una organización que impulsa iniciativas orientadas a la creación de nuevos grupos y líneas de servicios con enfoque social; sin embargo, dado que existen respuestas neutrales y negativas, se requiere reforzar la comunicación, difusión y participación del personal en este tipo de iniciativas, con el fin de lograr una mayor identificación y reconocimiento del compromiso social de la organización.

Figura 21

Pregunta 14

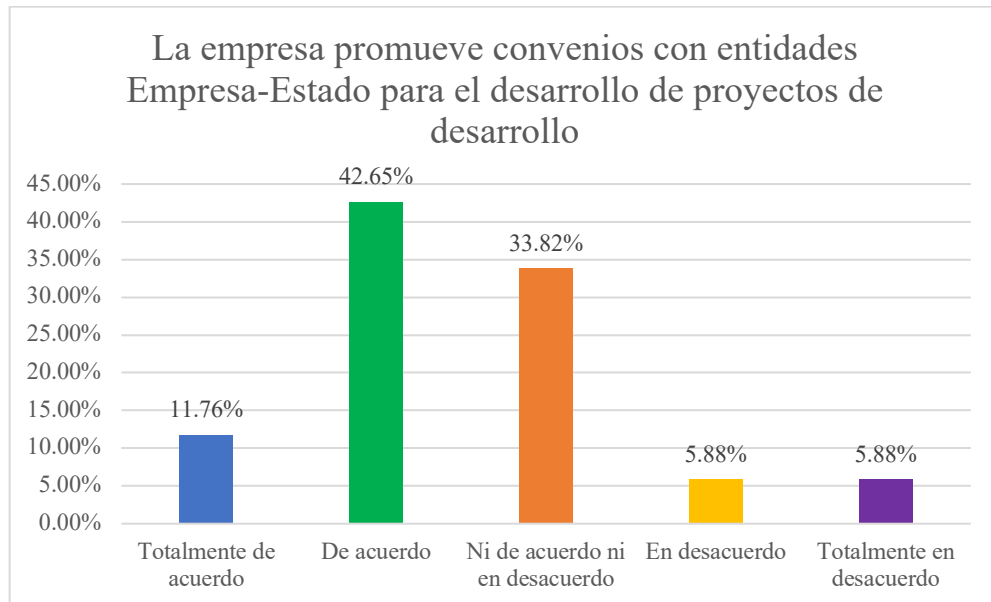


Acerca de si la empresa fomenta las alianzas para la realización de proyectos entre gerencias de desarrollo estratégico, el 48.53% de los trabajadores manifestó estar de acuerdo, mientras que el 14.71% indicó estar totalmente de acuerdo. Adicionalmente, el 23.53% señaló no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, además de que el 10.29% indicó estar en desacuerdo y el 2.94% señaló estar totalmente en desacuerdo, siendo estos últimos grupos los que expresan respuestas negativas, aunque también minoritarias.

Por tanto, se puede inferir que la empresa es percibida, como una organización que impulsa la articulación y cooperación entre sus distintas gerencias para el desarrollo de proyectos estratégicos; sin embargo, dado que un grupo de trabajadores poseen percepciones neutras o negativas, es necesario fortalecer la integración con las gerencias y la comunicación de los beneficios de estas alianzas, ello con el fin generar una cultura organizacional orientada al trabajo colaborativo y estratégico.

Figura 22

Pregunta 15



Sobre si la empresa promueve convenios con entidades Empresa-Estado para el desarrollo de proyectos de desarrollo, el 42.65% de los trabajadores indicó estar de acuerdo seguido de un 11.76% que señaló estar totalmente de acuerdo. Adicionalmente, el 33.82% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo seguido de un 5.88% que indicó estar en desacuerdo y un 5.88% que señaló estar totalmente en desacuerdo, siendo estos últimos grupos los que tienen una menor proporción.

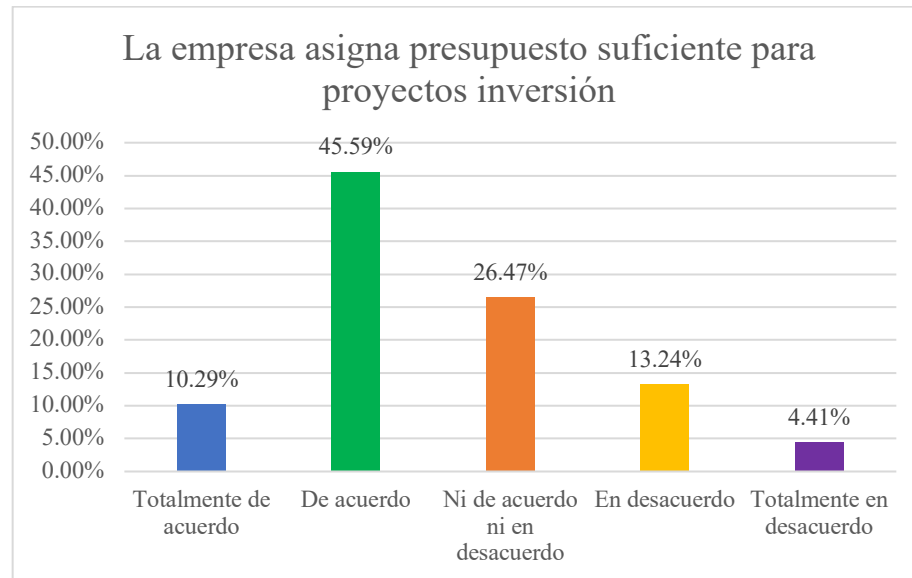
Por tanto, se observa que la empresa es percibida como una organización que impulsa el trabajo con entidades del Estado para el desarrollo de proyectos; no obstante, dado que se han obtenido también respuestas neutras y negativas, es necesario fortalecer la difusión, comunicación y participación del personal en torno a estos convenios, ello la finalidad de incrementar el conocimiento y la valoración de este tipo de iniciativas dentro de la organización.

e) Cultura emprendedora

Con relación a la cultura emprendedora, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 23

Pregunta 16

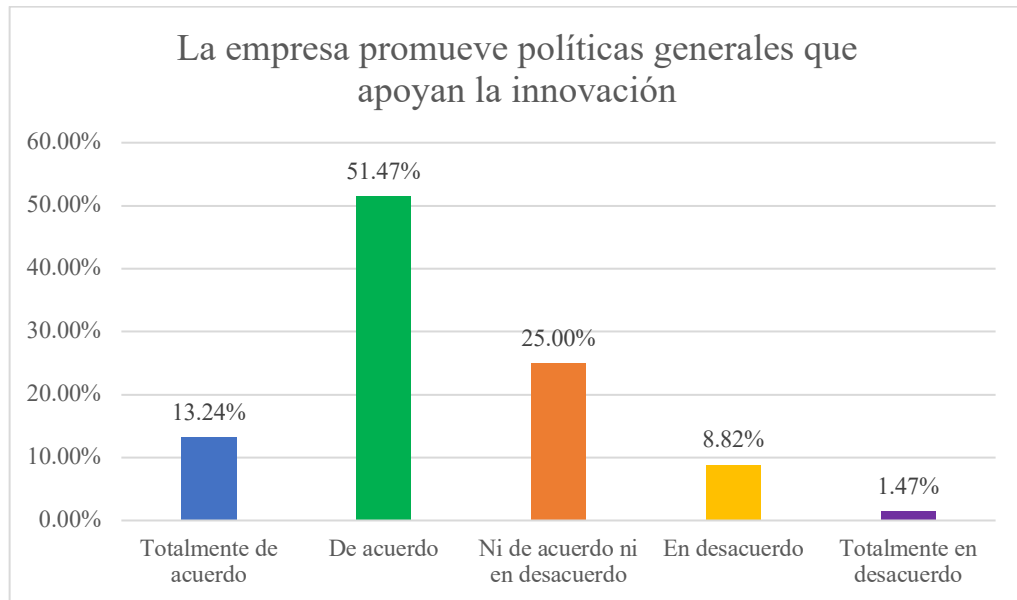


Referente a si la empresa asigna presupuesto suficiente para proyectos de inversión, el 45.59% de los trabajadores señaló estar de acuerdo, mientras que el 10.29% indicó estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 26.47% indicó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 13.24% que indicó estar en desacuerdo y un 4.41% señaló estar totalmente en desacuerdo, evidenciando tener respuestas neutras y negativas que, si bien son minoritarias, evidencian una brecha.

Por tanto, la empresa es percibida como una organización que destina recursos para el desarrollo de proyectos de inversión, lo cual es necesario en una cultura emprendedora orientada al crecimiento y la innovación; sin embargo, la presencia dado que existen respuestas neutrales y desfavorables se requiere fortalecer la planificación, comunicación y transparencia en la asignación presupuestal, con el fin de generar una percepción más favorable del impulso emprendedor dentro de la organización, a su vez que se pueden desarrollar nuevos proyectos de inversión que involucren a todos los trabajadores y sean partícipes de la cultura organizacional.

Figura 24

Pregunta 17

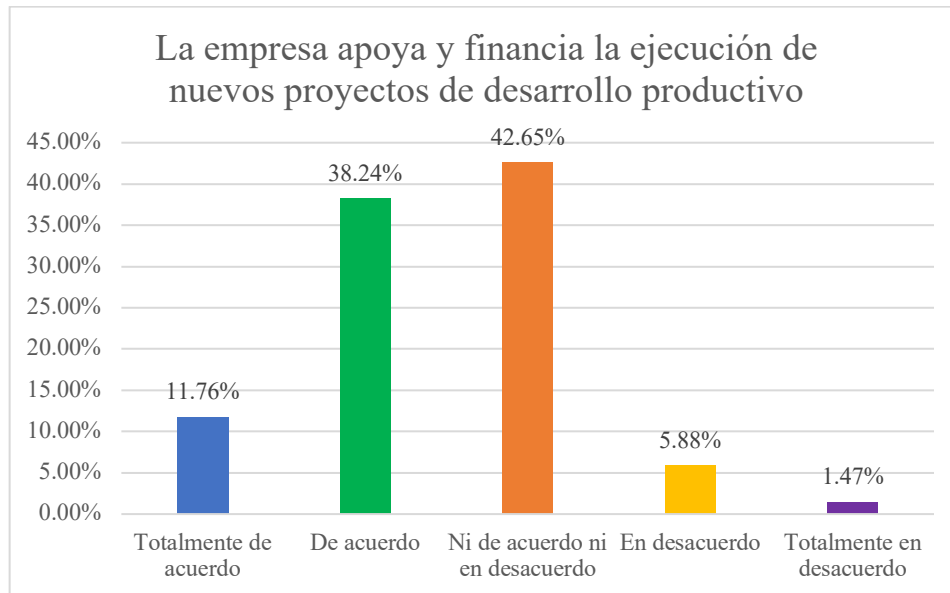


Con respecto a si la empresa promueve políticas generales que apoyan la innovación, el 51.47% de los trabajadores indicó estar de acuerdo seguido de un 13.24% que señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 25.00% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 8.82% que indicó estar en desacuerdo y un 1.47% señaló estar totalmente en desacuerdo, mostrándose alto índice de respuestas neutrales y en menor proporción respuestas negativas.

Por ende, la empresa es percibida como una organización que impulsa la innovación a través de políticas generales, lo cual es parte de una cultura emprendedora orientada al desarrollo y la mejora continua; sin embargo, la dado que existe un porcentaje alto de respuestas neutrales es necesario reforzar la difusión, implementación y seguimiento de dichas políticas, a fin de lograr una mayor intervención de todos los trabajadores.

Figura 25

Pregunta 18



Sobre si la empresa apoya y financia la ejecución de nuevos proyectos de desarrollo productivo, el 38.24% de los trabajadores indicó estar de acuerdo y un 11.76% señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 42.65% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 5.88% indicó estar en desacuerdo y un 1.47% señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo una alta tasa de respuestas neutras y una menor proporción de respuestas negativas.

Ante ello, si bien una percepción favorable respecto al apoyo financiero para la ejecución de nuevos proyectos de desarrollo productivo, el alto índice de respuestas neutras evidencia que dichas acciones no son visibles o conocidas por todos los trabajadores; por tanto, se debe fortalecer la comunicación interna y la participación del personal en los procesos de formulación y ejecución de proyectos, con el fin de ayudar a generar una cultura emprendedora más sólida y compartida dentro de la organización, aportando así a la cultura organizacional global.

4.3.3. Responsabilidad social corporativa

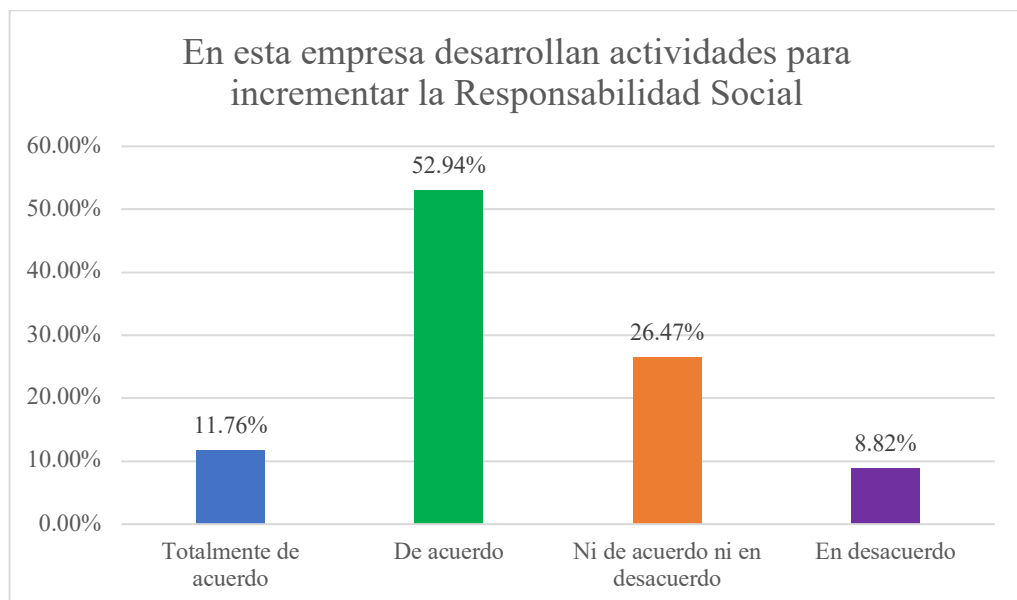
En lo que respecta a los resultados descriptivos de la responsabilidad social corporativa, se obtuvo:

a) Gobernanza de la organización

La dimensión gobernanza en la organización, permite observar los siguientes resultados:

Figura 26

Pregunta 19



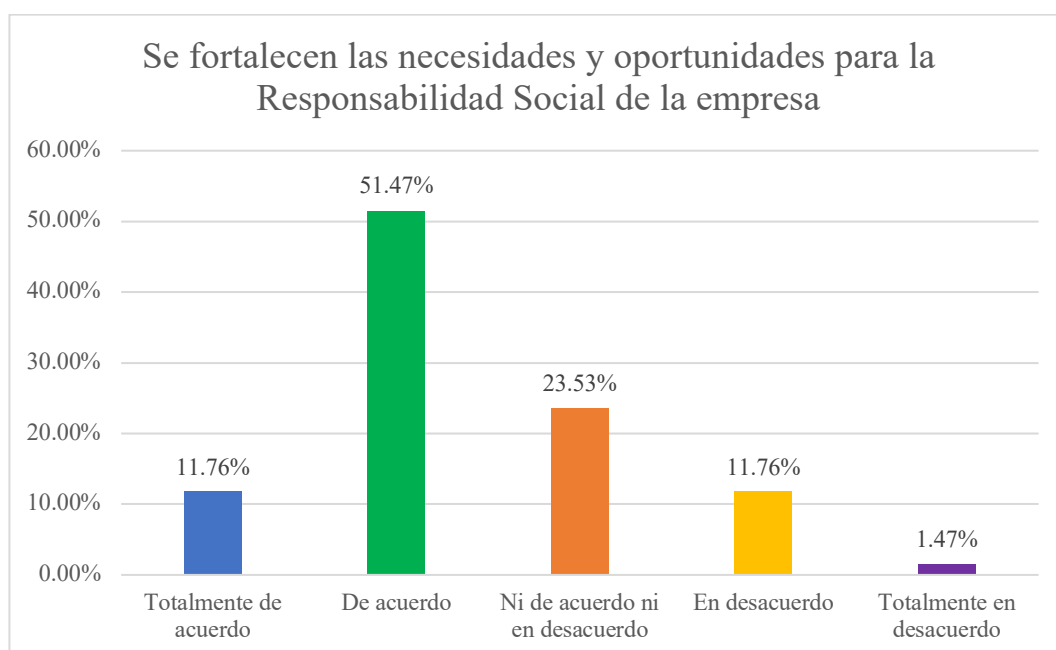
Referente a si en la empresa se desarrollan actividades orientadas a incrementar la Responsabilidad Social, el 52.94% de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76% señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 26.47% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 8.82% indicó estar en desacuerdo, observándose menor frecuencia en estas últimas escalas y sin tener respuestas totalmente en desacuerdo.

Se observa, por tanto, que la empresa es percibida como una organización que promueve y desarrolla actividades orientadas al fortalecimiento de la responsabilidad social corporativa; sin embargo, dado que existe un porcentaje de

consideración neutral, se evidencia la necesidad de reforzar la difusión y participación del personal en dichas actividades, a fin de lograr mejores prácticas de gobernanza responsable dentro de la organización.

Figura 27

Pregunta 20

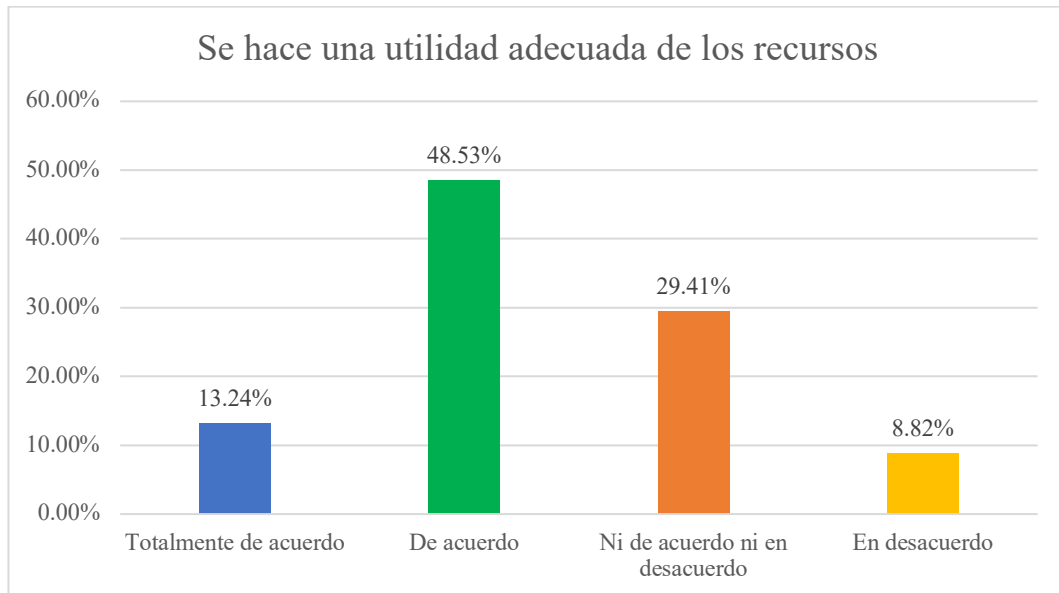


Sobre si en la empresa se fortalecen las necesidades y oportunidades vinculadas a la Responsabilidad Social, el 51.47 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 23.53 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 11.76 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo menores respuestas negativas.

Por tanto, la empresa es observada como una organización que impulsa el fortalecimiento de necesidades y oportunidades relacionadas con la responsabilidad social corporativa; no obstante, dado que se tienen algunas respuestas neutrales y otras negativas, se deben reforzar la identificación, planificación y comunicación de estas oportunidades, a fin de tener una mejor gestión de gobernanza, que sea más participativa y orientada al desarrollo sostenible.

Figura 28

Pregunta 21

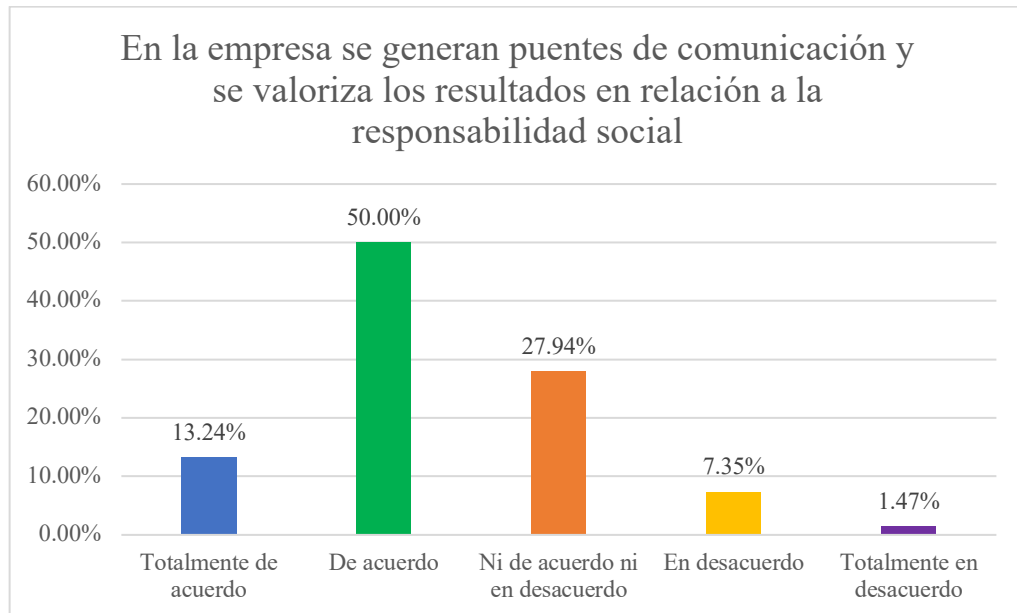


Referente a si en la empresa se realiza una utilización adecuada de los recursos, el 48.53 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 13.24 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 29.41 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 8.82 % que indicó estar en desacuerdo, observándose un porcentaje neutro considerado y una minoría negativa.

Ante ello, se evidencia que la empresa es observada como una organización que realiza un uso adecuado de sus recursos, dada la gestión orientada a la eficiencia y a los principios de la gobernanza responsable; no obstante, dado que existen respuestas neutrales y algunas negativas, se evidencia la necesidad de fortalecer los mecanismos de control, transparencia y comunicación interna, a fin mejorar el uso adecuado de los recursos, así como informar del uso de los mismos.

Figura 29

Pregunta 22



Referente a si en la empresa se generan puentes de comunicación y se valoran los resultados vinculados a la responsabilidad social, el 50.00 % de los trabajadores manifestó estar de acuerdo, mientras que el 13.24 % indicó estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 27.94 % señaló no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 7.35 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % señaló estar totalmente en desacuerdo, siendo estos últimos minoritarios.

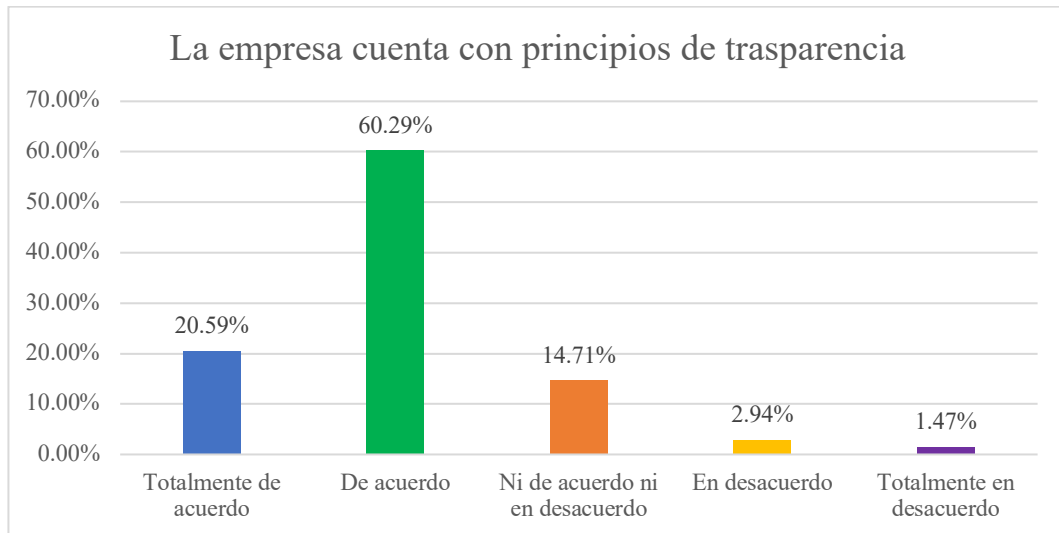
Se observa ante ello que, la empresa es vista como una organización que promueve la comunicación interna y la evaluación de resultados en cuanto a responsabilidad social; sin embargo, dado que existen respuestas neutrales y algunas negativas, es necesario fortalecer la sistematización, retroalimentación y difusión de los logros alcanzados, mejorando a su vez los puentes de comunicación internos.

b) Derechos Humanos

Con referencia a la dimensión de derechos humanos, se evidencian los siguientes resultados:

Figura 30

Pregunta 23

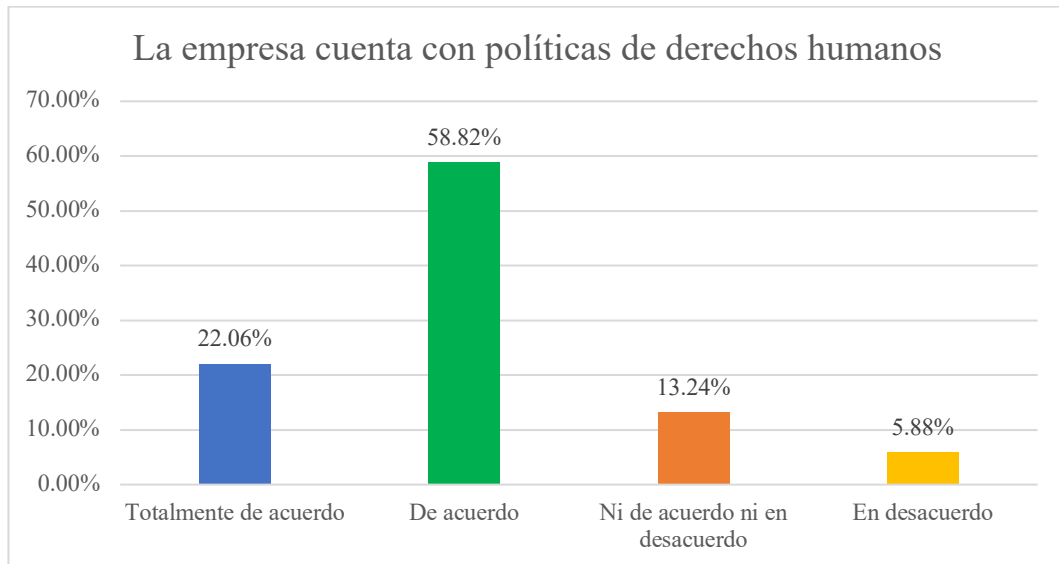


Con relación a si la empresa cuenta con principios de transparencia, el 60.29 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 20.59 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 14.71 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 2.94 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, siendo estos últimos grupos minoritarios.

Por ende, se expone que la empresa es vista como una organización que actúa bajo principios de transparencia, alineándose al respeto a los derechos humanos y con una gestión socialmente responsable; no obstante, dado que se tienen algunas respuestas neutras y otras negativas, se debe mejorar la comunicación y visibilidad de las prácticas transparentes para fortalecer la confianza de todos los trabajadores.

Figura 31

Pregunta 24

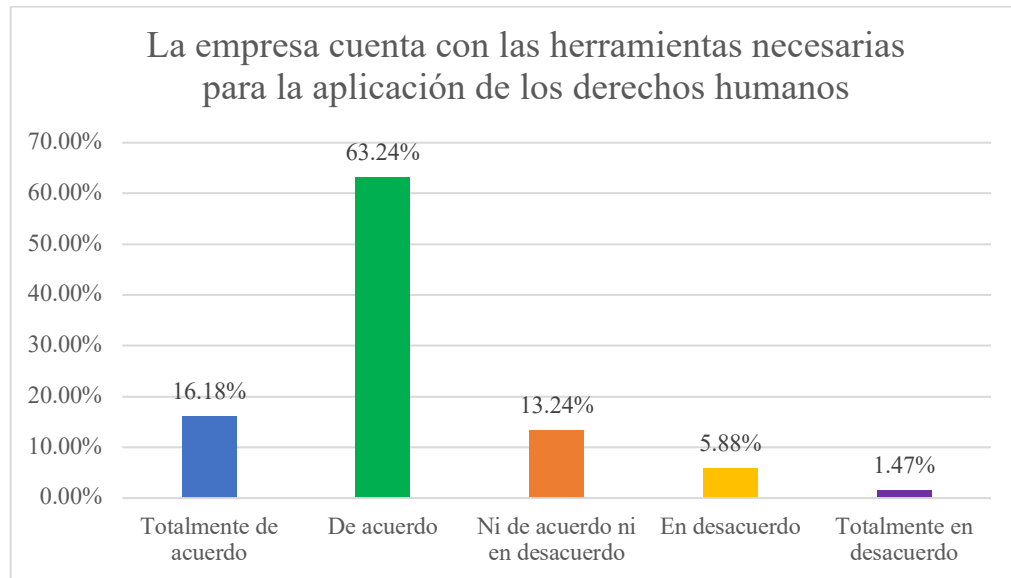


Sobre si la empresa cuenta con políticas de derechos humanos, el 58.82 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 22.06 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 13.24 % indicó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 5.88 % que indicó estar en desacuerdo, teniendo pocas respuestas neutras y otras negativas.

Se observa entonces que la organización incorpora políticas de derechos humanos en su gestión; no obstante, la presencia dado que existen respuestas neutrales y otras negativas, se debe reforzar la difusión, capacitación y aplicación práctica de dichas políticas, con el fin de alinear aún más a la organización hacia las prácticas coherentes con los derechos humanos, lo que le permitirá mejorar su proyección de responsabilidad social a nivel corporativo.

Figura 32

Pregunta 25

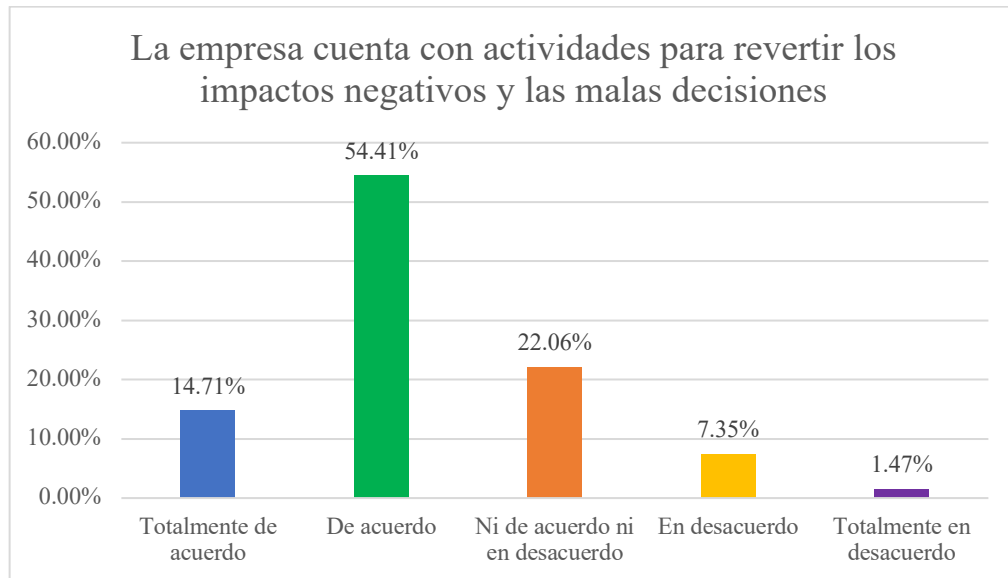


Respecto a si la empresa cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos, el 63.24 % de los trabajadores indicó estar de, mientras que el 16.18 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 13.24 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 5.88 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, evidenciando que si bien la mayoría tiene respuestas favorables, se tienen algunas respuestas neutras y negativas.

Por ende, se observa que organización dispone de herramientas adecuadas para la aplicación de los derechos humanos, alineándose así a una gestión socialmente responsable; no obstante, dado que se tienen respuestas neutras y negativas, se deben tener mejorar prácticas de capacitación, difusión y uso efectivo de dichas herramientas, con el fin de garantizar su correcta implementación y un mayor reconocimiento por parte de todos los trabajadores.

Figura 33

Pregunta 26



Sobre a si la empresa cuenta con actividades orientadas a revertir los impactos negativos y las malas decisiones, el 54.41 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo con la premisa, mientras que el 14.71 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 22.06 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 7.35 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % señaló estar totalmente en desacuerdo, siendo estos grupos minoritarios, aunque con porcentaje de respuestas neutras y negativas.

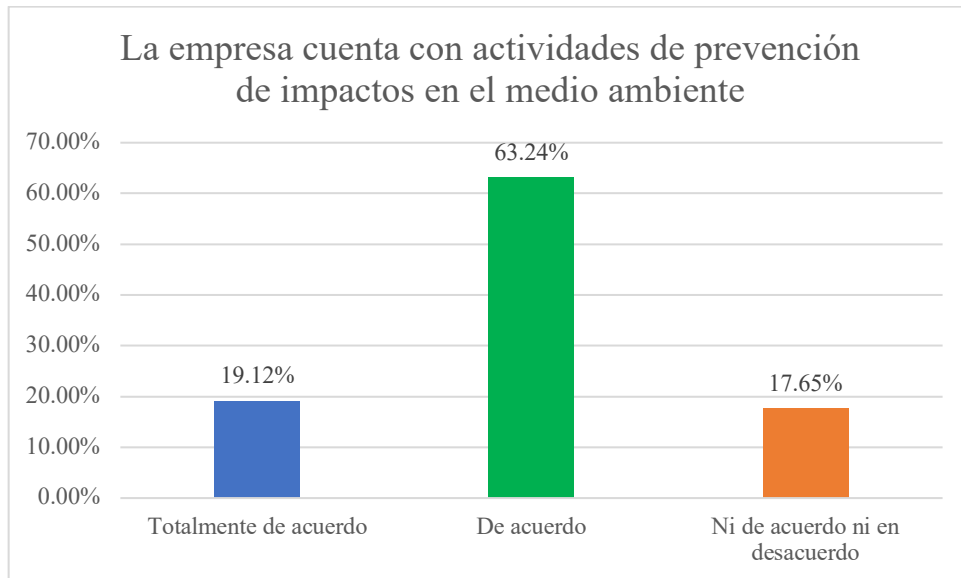
Por ello, se observa que la organización implementa acciones para corregir impactos negativos derivados de decisiones inadecuadas, alineándose así con el respeto a los derechos humanos y con una gestión socialmente responsable; sin embargo, dado que existen respuestas neutras y negativas, se debe fortalecer la formalización, comunicación y seguimiento de estas actividades, para tener una mayor confianza y reconocimiento de los mecanismos correctivos por parte de los trabajadores.

c) Prácticas Laborales/Ambientales

Referente a las prácticas laborales/ambientales, se obtuvo que:

Figura 34

Pregunta 27

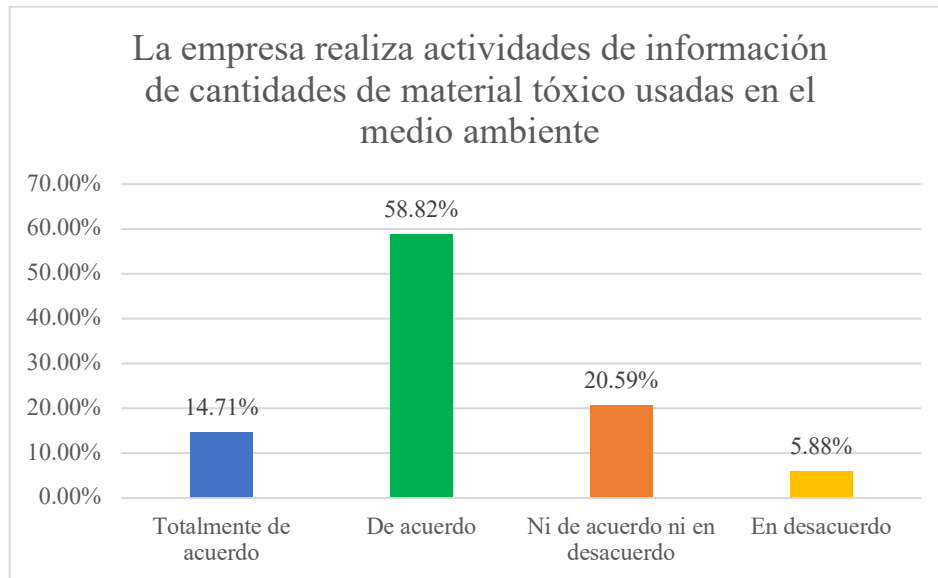


Respecto a si la empresa cuenta con actividades orientadas a la prevención de impactos en el medio ambiente, el 63.24 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 19.12 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 17.65 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, no observándose preguntas negativas a diferencia de otras premisas.

Ante ello, se observa que la empresa es vista como una organización comprometida con la prevención de impactos ambientales, alineándose así a prácticas laborales y ambientales responsables; no obstante, dado que aún existen respuestas neutras, es necesario fortalecer la difusión, capacitación y participación del personal en estas actividades, para generar una responsabilidad social corporativa alienada a la gestión basada en prácticas laborales y ambientales.

Figura 35

Pregunta 28

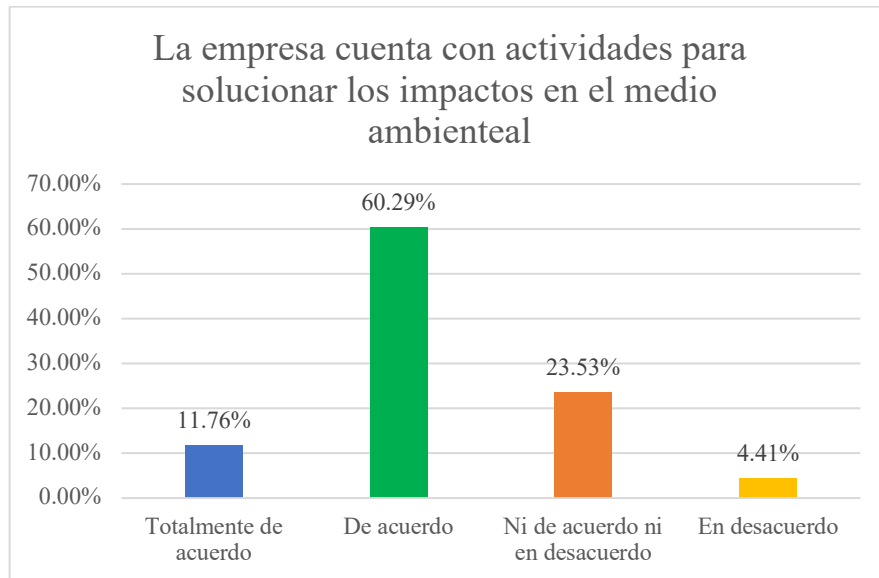


Sobre si la empresa realiza actividades de información respecto a las cantidades de material tóxico utilizadas en el medio ambiente, el 58.82 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 14.71 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 20.59 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 5.88 % que indicó estar en desacuerdo, teniendo una menor proporción de respuestas neutras y negativas.

Por ende, la empresa es vista como una organización que brinda información sobre el uso de materiales tóxicos, alineándose así con las prácticas ambientales responsables; no obstante, dado que se tienen respuestas neutras y negativas en menor proporción, se debe trabajar en la claridad, periodicidad y accesibilidad de la información referente a los materiales tóxicos utilizados, con el fin de que los trabajadores puedan percibir el cuidado que tiene la empresa hacia el medio ambiente, generando una mayor visibilidad positiva.

Figura 36

Pregunta 29



Con relación a si la empresa cuenta con actividades orientadas a solucionar los impactos en el medio ambiente, el 60.29 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 23.53 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 4.41 % que indicó estar en desacuerdo, teniendo algunas respuestas neutras y otras tantas menores negativas.

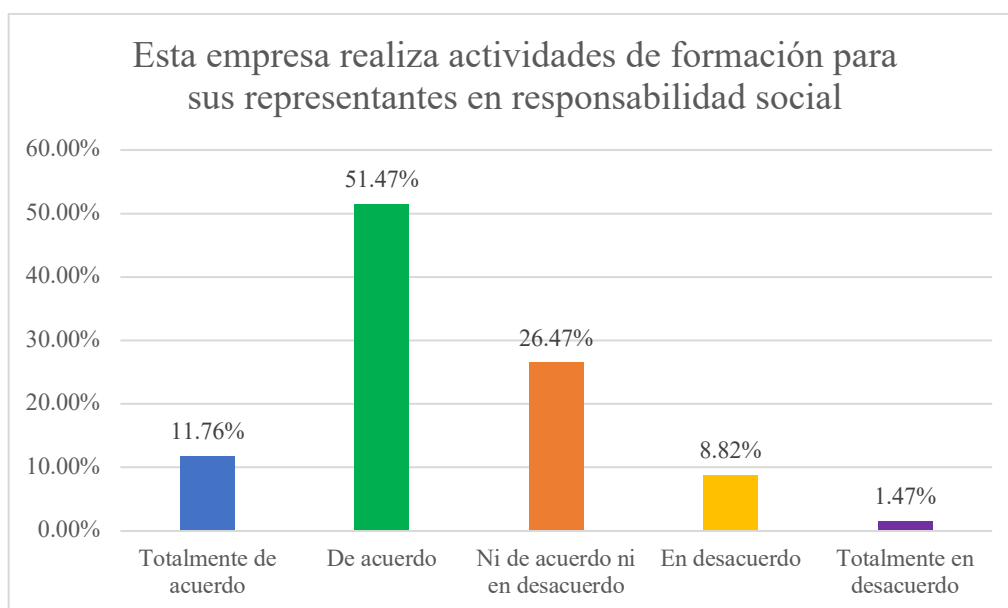
Ante ello, se observa que la empresa es vista como una organización que implementa acciones para mitigar y solucionar los impactos ambientales, alineándose a las prácticas de gestión ambiental responsable; sin embargo, la dado que existen respuestas neutras y una minoría de respuestas negativas, se debe fortalecer la visibilidad, evaluación y participación del personal en estas actividades, además de que la empresa debe continuar trabajando en el despliegue de acciones orientadas a solucionar impactos en el medio ambiente, haciendo partícipes a todos los trabajadores para que se puedan involucran en dichas prácticas ambientales.

d) Prácticas Justas de Operación

Con respecto a las prácticas justas de operación, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 37

Pregunta 30



Referente a si la empresa realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social, el 51.47 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 26.47 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 8.82 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo algunas respuestas neutras y otras en su minoría negativas.

Se observa, por tanto, que la empresa es vista como una organización que promueve la formación en responsabilidad social, alineándose con prácticas justas de operación; no obstante, dado que existen algunas respuestas neutras y otras negativas, se debe fortalecer la sistematización, alcance y continuidad de estas actividades formativas, con el fin de que los representantes de la empresa puedan estar más involucrados en las prácticas de RSC y puedan proyectar adecuadamente la imagen de la empresa en cuanto a estas prácticas.

Figura 38

Pregunta 31

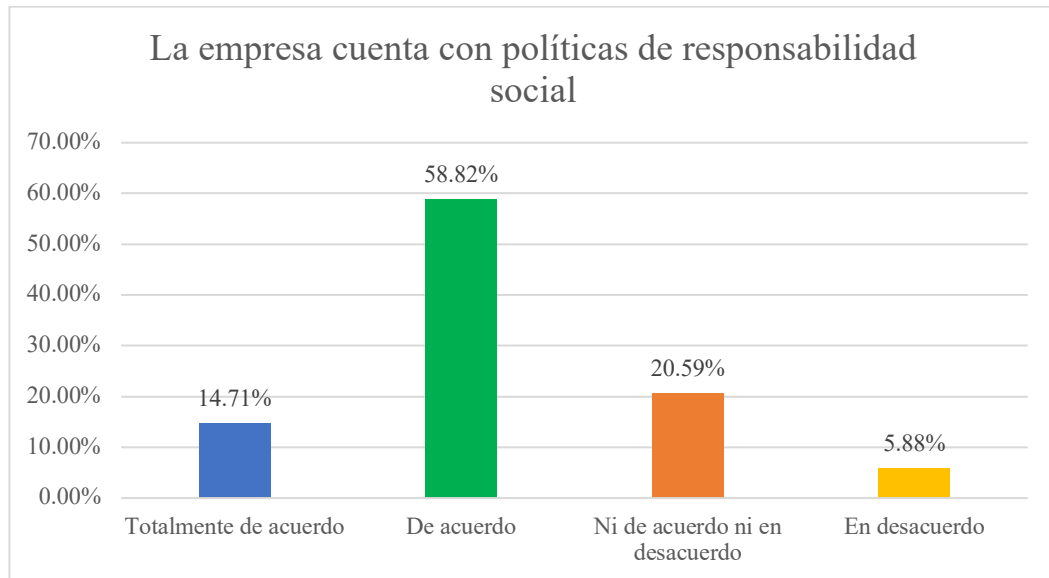


Sobre si la empresa realiza prácticas orientadas a determinar la falta de información en materia de responsabilidad social, el 50.00 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 30.88 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 5.88 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo varias respuestas neutras y una minoría negativas.

Por tanto, se observa que la empresa implementa prácticas para identificar deficiencias informativas en responsabilidad social; sin embargo, considerando que se tienen respuestas neutras y algunas negativas, es evidente que aún se debe trabajar en fortalecer la sistematización, difusión y efectividad de dichos mecanismos, a sobre todo para que los trabajadores tengan siempre información a su alcance sobre las prácticas de RSC y puedan actuar conforme a los lineamientos facilitados.

Figura 39

Pregunta 32



Con relación a si la empresa cuenta con políticas de responsabilidad social, el 58.82 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo con la premisa, mientras que el 14.71 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 20.59 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 5.88 % indicó estar en desacuerdo, teniendo algunas respuestas neutras y otras mínimas negativas.

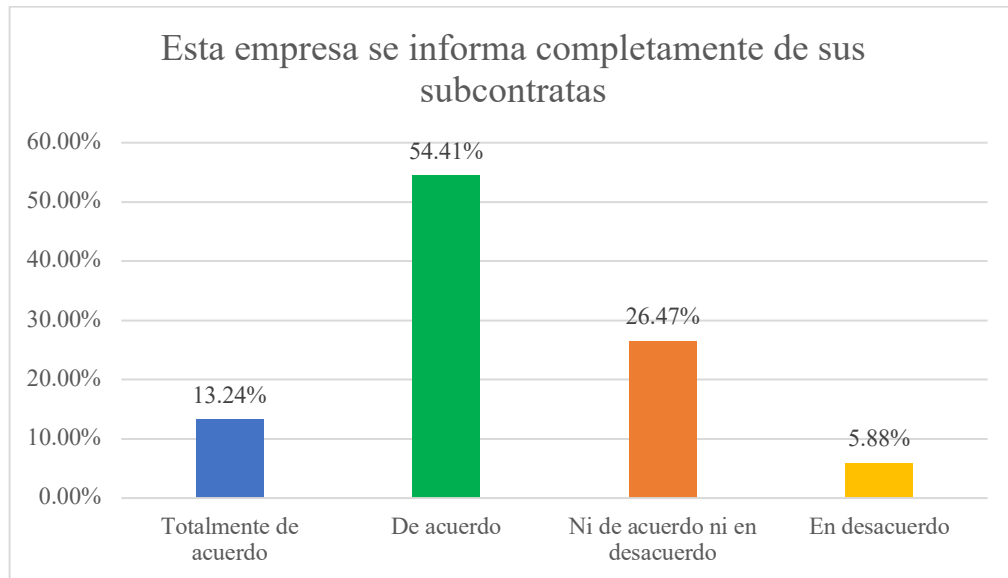
Ante ello, se evidencia que la empresa es vista como una organización que ha incorporado políticas de responsabilidad social en su gestión, alineándose así con prácticas justas de operación; sin embargo, ante los porcentajes que evidencian respuestas neutras, es necesario promover la difusión, comprensión y aplicación efectiva de dichas políticas; además, se debe identificar si la empresa cuenta con políticas sólidas, para que en caso de que se observen puntos de mejora, estos se puedan abordar para tener políticas de RSC que impulsen a la empresa.

e) Asuntos de los consumidores

Con relación a los asuntos de los consumidores, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Figura 40

Pregunta 33



Referente a si la empresa se informa completamente acerca de sus subcontratas, el 54.41 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 13.24 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 26.47 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 5.88 % que indicó estar en desacuerdo, teniendo algunas respuestas neutras y otras mínimas negativas.

Por tanto, se observa que la organización mantiene información adecuada sobre sus subcontratas, alineándose a prácticas responsables orientadas a la protección de los consumidores; no obstante, considerando que aún se tienen respuestas neutras y otras negativas, se deben mejorar los mecanismos de supervisión, comunicación y transparencia en la gestión de subcontrataciones, para poder consolidar la confianza y la responsabilidad frente a los usuarios y clientes.

Figura 41

Pregunta 34

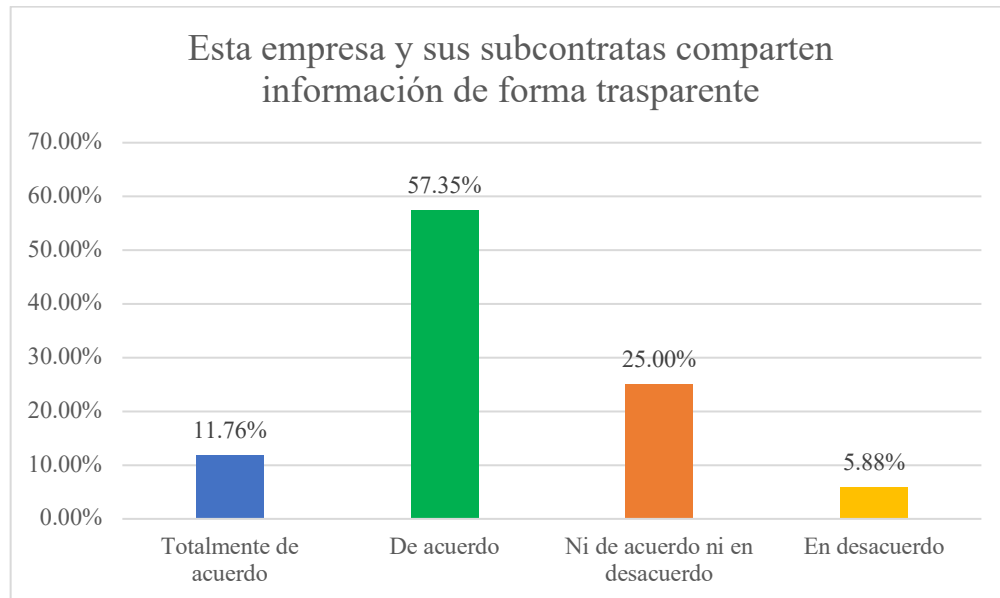


Referente a si la empresa investiga a sus subcontratas con la finalidad de fortalecer la responsabilidad social, el 50.00 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 13.24 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 30.88 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 4.41 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, observándose respuestas neutras y algunas pocas negativas.

Ante ello, se observa que en la empresa se realizan acciones para evaluar a sus subcontratas en cuanto a responsabilidad social; sin embargo, dado que existen algunas respuestas neutras y otras en su minoría negativas, es necesario fortalecer la formalización y comunicación de estos procesos de investigación y control, para poder desarrollar prácticas responsables orientadas a la protección de los consumidores y al cumplimiento de los principios de responsabilidad social corporativa.

Figura 42

Pregunta 35

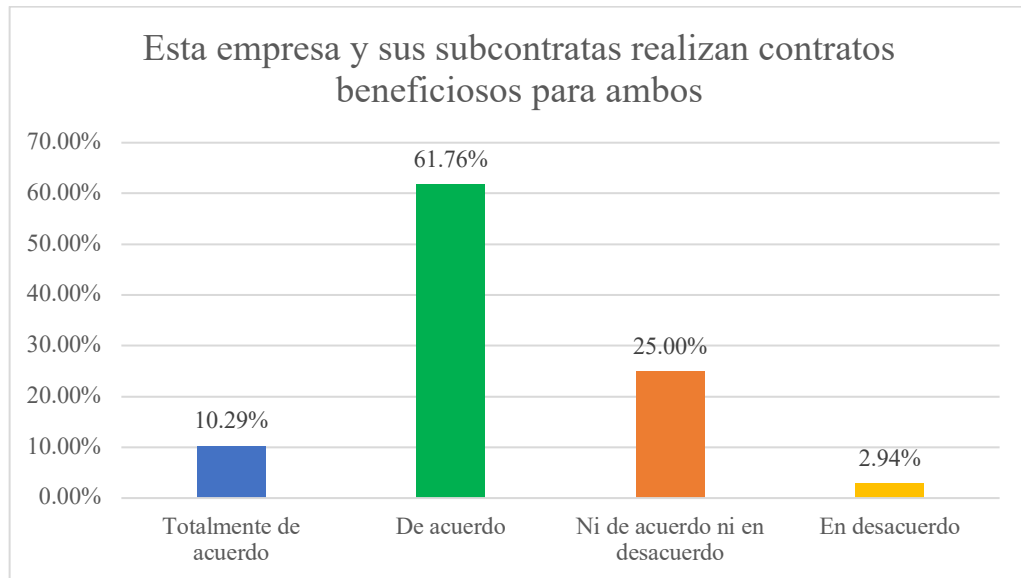


Con relación a si la empresa y sus subcontratas comparten información de forma transparente, el 57.35 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 25.00 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 5.88 % que indicó estar en desacuerdo, teniendo algunas percepciones neutras y una minoría negativas.

Por tanto, se evidencia que la organización que posee prácticas de transparencia informativa con sus subcontratas, alineándose así a la gestión responsable orientada a la protección de los consumidores; sin embargo, la dado que se tienen algunas respuestas neutras y otros mínimas negativas, se recomienda desarrollar canales de comunicación, formalización de acuerdos y difusión de información, para que de esta forma se pueda trabajar en tener una relación más transparente y confiable con las partes involucradas.

Figura 43

Pregunta 36

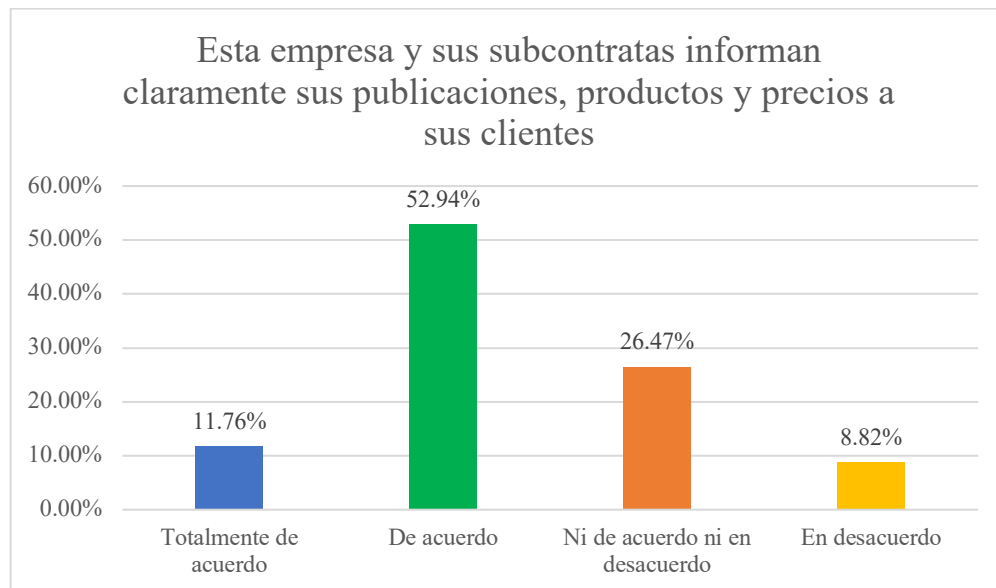


Acerca de si la empresa y sus subcontratas realizan contratos beneficiosos para ambas partes, el 61.76 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 10.29 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 25.00 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo seguido del 2.94 % que indicó estar en desacuerdo, teniendo así algunas percepciones neutras y unas mínimas negativas.

En tal sentido, se observa que la empresa es vista como una organización que establece relaciones contractuales justas y beneficiosas con sus subcontratas, lo alineándose así con las prácticas responsables orientadas a la protección de los consumidores y al fortalecimiento de relaciones comerciales éticas; no obstante, la dado que se tienen respuestas neutras y algunas negativas, se debe reforzar la transparencia de los contratos y la comunicación de los beneficios de estos acuerdos, para que se pueda trabajar en beneficio de ambas partes.

Figura 44

Pregunta 37



Referente a si la empresa y sus subcontratas informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes, el 52.94 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 26.47 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 8.82 % que indicó estar en desacuerdo, existiendo ante ello algunas respuestas neutras y otras menores de forma negativa.

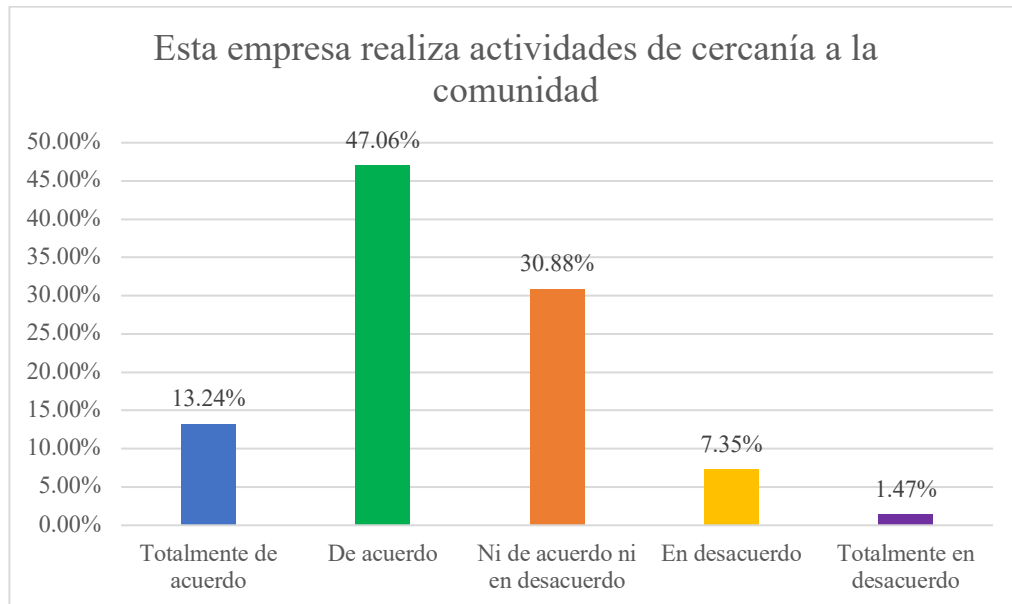
Se observa ante ello, que la empresa es una organización que comunica de manera clara la información relevante a sus clientes, alineándose así con las prácticas responsables orientadas a la protección del consumidor; sin embargo, dado que existen respuestas neutras y algunas negativas, se evidencia que es necesaria la estandarización, supervisión y difusión de la información comercial, para poder generar una mayor confianza y transparencia en la relación con los clientes.

f) Participación y Desarrollo de la Comunidad

En cuanto a la participación y desarrollo de la comunidad, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 45

Pregunta 38

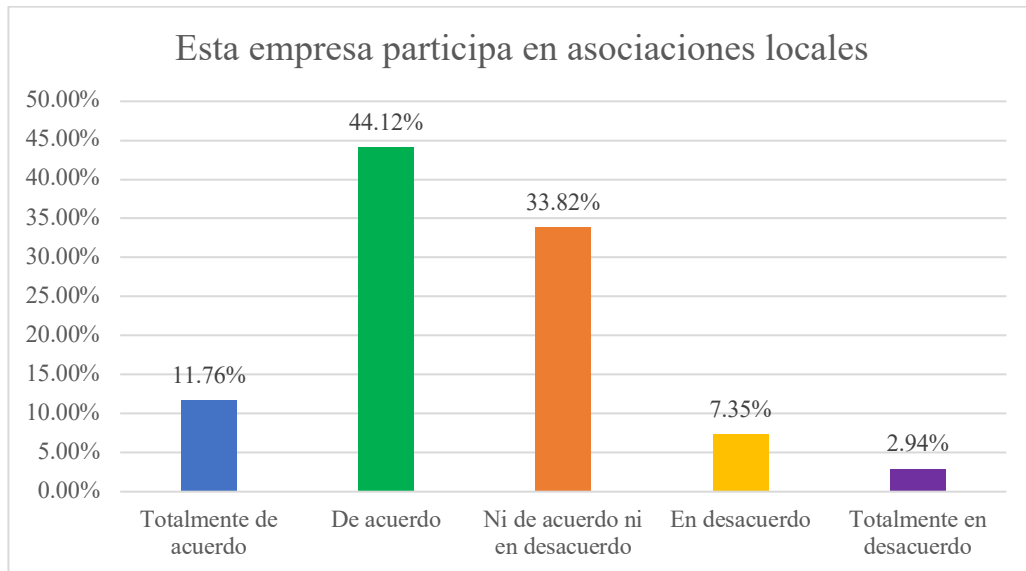


Con referencia a si la empresa realiza actividades de cercanía a la comunidad, el 47.06 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 13.24 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 30.88 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido de un 7.35 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo algunas respuestas neutras y algunas negativas.

Por tanto, se evidencia que la empresa es una organización que desarrolla actividades de acercamiento comunitario, alineándose a una gestión socialmente responsable orientada al desarrollo de la comunidad; no obstante, dado que existen algunas respuestas neutras y otras negativas, se debe trabajar en la visibilidad, continuidad y participación del personal en estas iniciativas, con el fin de ayudar a una mayor identificación y compromiso con las acciones de impacto social en el entorno; asimismo, se debe involucrar más a los trabajadores en las acciones que se realizan en la comunidad, para poder desarrollar una mayor cercanía.

Figura 46

Pregunta 39

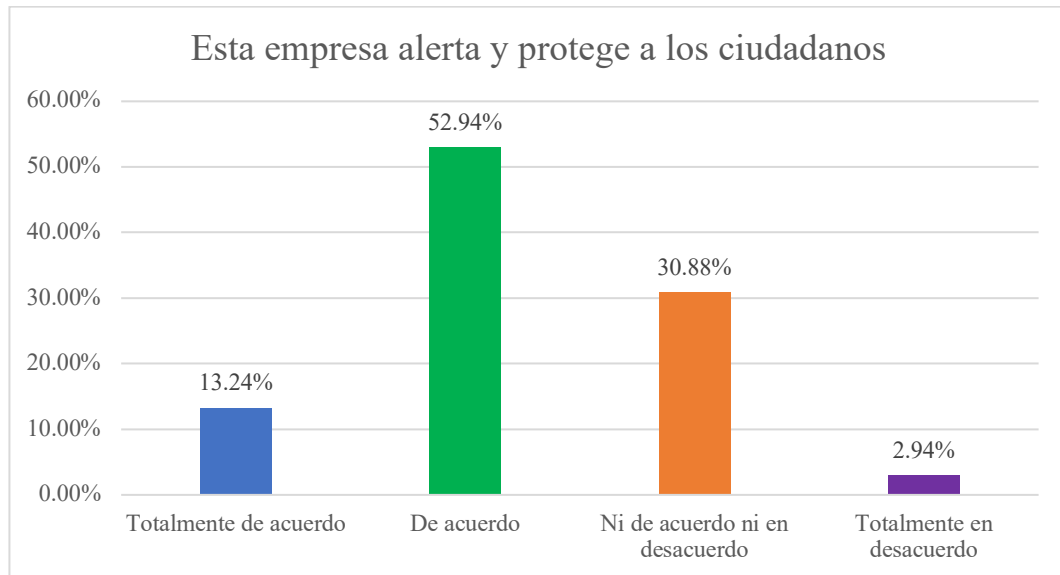


En cuanto a si la empresa participa en asociaciones locales, el 44.12 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 11.76 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 33.82 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 7.35 % que indicó estar en desacuerdo y con un 2.94 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo a su vez respuestas neutras y algunas negativas.

Ante ello, se observa que la organización participa en asociaciones locales, alineándose con una gestión orientada al desarrollo comunitario; sin embargo, la dado que existen algunos trabajadores con percepciones neutras y otros negativos, existe una necesidad de fortalecer la visibilidad, continuidad y alcance de esta participación, ello para tener una mayor identificación y compromiso de los trabajadores con las acciones comunitarias.

Figura 47

Pregunta 40

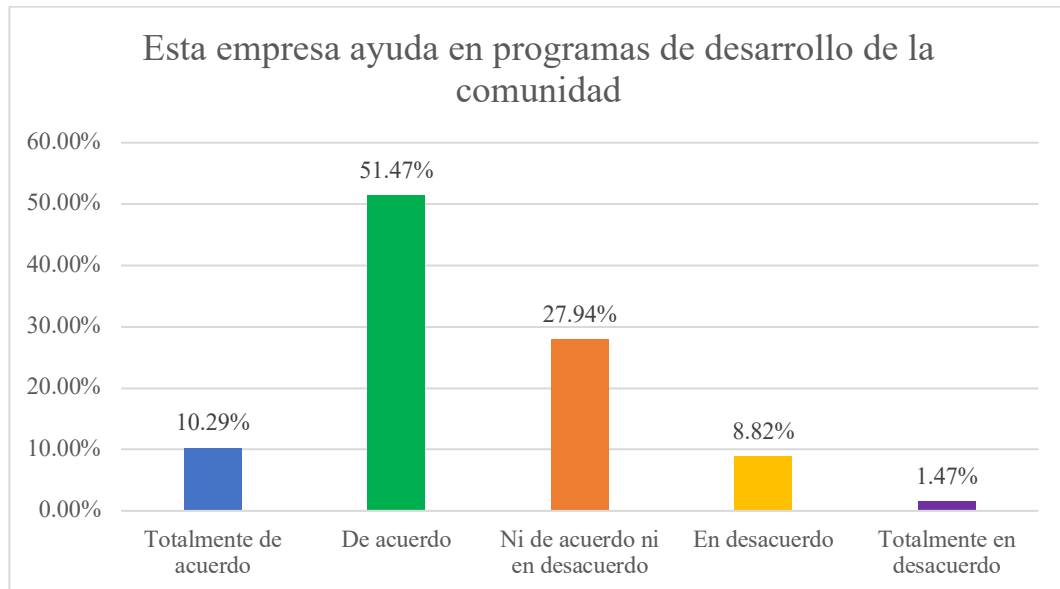


Respecto a si la empresa alerta y protege a los ciudadanos, el 52.94 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 13.24 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 30.88 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 2.94 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo un porcentaje neutral y un mínimo de respuestas negativas.

Por ende, se observa que la empresa es vista como una organización que desarrolla acciones orientadas a la protección de los ciudadanos, alineándose así a la gestión socialmente responsable y comprometida con el bienestar de la comunidad; no obstante, dado que existen respuestas neutras y otras mínimas negativas, se debe trabajar en la difusión y alcance de estas acciones, con el propósito de generar mayor confianza y reconocimiento por parte de la comunidad y de los propios trabajadores.

Figura 48

Pregunta 41



Finalmente, respecto a si la empresa ayuda en programas de desarrollo de la comunidad, el 51.47 % de los trabajadores indicó estar de acuerdo, mientras que el 10.29 % señaló estar totalmente de acuerdo. A su vez, el 27.94 % manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido del 8.82 % que indicó estar en desacuerdo y un 1.47 % que señaló estar totalmente en desacuerdo, teniendo algunas respuestas neutras y otras negativas.

Por tanto, se observa que la empresa es vista como una organización que aporta al desarrollo de la comunidad a través de programas, alineándose a una gestión socialmente responsable; sin embargo, dado que existe un porcentaje de respuestas neutras y otras negativas, se debe trabajar en la continuidad, visibilidad y alcance de estos programas, ello para poder lograr una mayor identificación y compromiso tanto del personal como de la comunidad beneficiaria.

4.4. Prueba estadística

4.4.1. Análisis de Fiabilidad

La confiabilidad del instrumento necesaria en la investigación cuantitativa, ya que permite verificar la consistencia interna de los ítems que lo conforman y, en el presente estudio, la confiabilidad del instrumento de cultura organizacional fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, ello con la finalidad de asegurar que los ítems utilizados midan de manera coherente y precisa la variable de estudio. A continuación, se presenta la confiabilidad del instrumento de cultura organizacional.

Tabla 2

Confiabilidad Cultura Organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,961	18

Los resultados del análisis de confiabilidad muestran un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,961, el cual fue aplicado a un total de 18 ítems, lo que evidencia un nivel de confiabilidad muy alto del instrumento de cultura organizacional; por tanto, los datos obtenidos en dicho instrumento son confiables.

De igual forma, se analizó la confiabilidad de la variable responsabilidad social corporativa, obteniendo así los siguientes resultados:

Tabla 3

Confiabilidad Responsabilidad Social Corporativa

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,970	23

Los resultados del análisis de confiabilidad del instrumento de responsabilidad social corporativa arrojaron un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,970, el cual fue calculado a partir de los 23 ítems considerados, lo que indica un nivel de confiabilidad excelente; por tanto, los resultados obtenidos con el instrumento son confiables para su respectivo análisis.

4.4.2. Normalidad

Previo al análisis de correlación entre las variables de estudio, se evaluó la distribución de los datos con la finalidad de determinar la prueba estadística más adecuada; para lo cual, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov–Smirnov, considerando que la muestra estuvo conformada por 68 participantes, lo cual la hace ideal para muestras mayores a 50 participantes.

Tabla 4

Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura Participativa	,209	68	,000	,881	68	,000
Cultura Profesional	,098	68	,173	,965	68	,055
Cultura Motivadora	,177	68	,000	,928	68	,001
Cultura de Trabajo en Equipo	,152	68	,001	,945	68	,005
Cultura Emprendedora	,142	68	,002	,954	68	,014
Cultura Organizacional	,096	68	,198	,969	68	,091
Responsabilidad Social Corporativa	,124	68	,011	,965	68	,055

a. Corrección de significación de Lilliefors

Los resultados de la prueba de Kolmogorov–Smirnov muestran que varias dimensiones de la cultura organizacional presentan valores de significancia inferiores a 0,05, como es el caso de la cultura participativa con un $p = 0,000$, cultura motivadora con un $p = 0,000$, cultura de trabajo en equipo con un $p = 0,001$ y cultura

empresarial con un $p = 0,002$, lo que evidencia que dichas variables no siguen una distribución normal. Asimismo, la variable responsabilidad social corporativa presenta un valor de significancia de $p = 0,011$, confirmando también una distribución no normal.

Ante ello, si bien algunas dimensiones, como la cultura profesional y la cultura organizacional presentan valores de significancia mayores a 0,05, se consideró la ausencia de normalidad en la mayoría de las dimensiones analizadas y teniendo en cuenta el tamaño muestral, se determinó que la prueba de correlación más adecuada para el estudio es el coeficiente de correlación de Spearman, dado que los datos obtenidos no cumplen con las pruebas de normalidad, evidenciando que la correlación debe ser analizada mediante pruebas de datos no paramétricos como es el caso de Spearman.

Por tanto, el análisis de correlación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa, así como entre las dimensiones de la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa, se realizará en el siguiente punto mediante el coeficiente de Spearman.

4.5. Comprobación de hipótesis

La contrastación de las hipótesis de la presente investigación se realizó mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman, considerando un nivel de significancia de $\alpha = 0,01$, dado que los datos no cumplieron con el supuesto de normalidad, según la prueba de Kolmogorov–Smirnov, permitiendo este procedimiento identificar la fuerza y dirección de la relación entre la cultura organizacional, sus dimensiones, y la responsabilidad social corporativa, a partir de la percepción de los trabajadores encuestados.

Es importante precisar que el análisis correlacional utilizado no permite establecer relaciones de causalidad, sino únicamente asociaciones estadísticas entre las variables analizadas, debido al diseño no experimental y transversal de la investigación; ante ello, se presentan los resultados de la investigación:

Hipótesis general

H1: Existe una relación positiva y significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.

Tabla 5

Correlación HG

Variables	Cultura Organizacional	Responsabilidad Social Corporativa
Cultura Organizacional	1,000	0,873
Responsabilidad Social Corporativa	0,873	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	0,000

Nota. Prueba Rho de Spearman. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados obtenidos evidencian un coeficiente Rho de Spearman de $\rho = 0,873$, con un nivel de significancia $p = 0,000$, lo que indica una relación positiva muy alta y estadísticamente significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa, evidenciando que una cultura organizacional que trabaja mediante prácticas participativas, profesionales, motivadoras, colaborativas y emprendedoras se asocia con una mayor percepción de responsabilidad social dentro de la organización. No obstante, este resultado no implica una relación de causalidad directa, sino una asociación estadística entre ambas variables, influenciada por la percepción de los trabajadores y el desempeño de la empresa; por tanto, en base a los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis general.

Hipótesis específicas

H1.1: Cultura participativa y responsabilidad social corporativa

Tabla 6

Correlación H1.1

Variables	Cultura Participativa	Responsabilidad Social Corporativa
Cultura Participativa	1,000	0,670
Responsabilidad Social Corporativa	0,670	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	0,000

Nota. Prueba Rho de Spearman. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados muestran un coeficiente de correlación de $\rho = 0,670$, con $p = 0,000$, evidenciando una relación positiva alta y significativa entre la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa, lo que indica que algunos aspectos como el compromiso de la gerencia, la comunicación asertiva y la autonomía en la toma de decisiones se asocian con una mayor percepción de responsabilidad social; sin embargo, esta relación no debe interpretarse como causal, ya que la existencia de una cultura participativa no garantiza por sí misma la implementación de prácticas de responsabilidad social, sino que ambas variables tienden a existir juntas dentro de la empresa; por lo tanto, se acepta la hipótesis H1.1.

H1.2: Cultura profesional y responsabilidad social corporativa

Tabla 7*Correlación H1.2*

Variables	Cultura Profesional	Responsabilidad Social Corporativa
Cultura Profesional	1,000	0,772
Responsabilidad Social Corporativa	0,772	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	0,000

Nota. Prueba Rho de Spearman. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente Rho de Spearman obtenido fue de $\rho = 0,772$, con $p = 0,000$, lo que evidencia una relación positiva alta y estadísticamente significativa, evidenciando así que la capacitación continua, el fortalecimiento de capacidades y el apoyo al desarrollo profesional de los trabajadores se asocian con mayores niveles de responsabilidad social corporativa; no obstante, dicha asociación no implica una relación causa-efecto, ya que la formación profesional puede existir junto con políticas de responsabilidad social sin que necesariamente una variable origine a la otra; por ende se acepta la hipótesis H1.2.

H1.3: Cultura motivadora y responsabilidad social corporativa

Tabla 8*Correlación H1.3*

Variables	Cultura Motivadora	Responsabilidad Social Corporativa
Cultura Motivadora	1,000	0,765
Responsabilidad Social Corporativa	0,765	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	0,000

Nota. Prueba Rho de Spearman. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados evidencian un coeficiente de correlación de $\rho = 0,765$, con $p = 0,000$, indicando una relación positiva alta y significativa, exponiendo así que los incentivos económicos, los reconocimientos y el crecimiento personal y profesional de los trabajadores se asocian con una mayor percepción de responsabilidad social corporativa; sin embargo, es necesario precisar que esta relación no implica causalidad, ya que una cultura motivadora puede estar influenciada por diversos factores organizacionales que también inciden en la responsabilidad social; por lo que, se acepta la hipótesis H1.3.

H1.4: Cultura de trabajo en equipo y responsabilidad social corporativa

Tabla 9

Correlación H1.4

Variables	Cultura de Trabajo en Equipo	Responsabilidad Social Corporativa
Cultura de Trabajo en Equipo	1,000	0,840
Responsabilidad Social Corporativa	0,840	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	0,000

Nota. Prueba Rho de Spearman. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

El análisis muestra un coeficiente Rho de Spearman de $\rho = 0,840$, con $p = 0,000$, evidenciando una relación positiva muy alta y estadísticamente significativa, indicando así que el trabajo colaborativo, los equipos multidisciplinarios y las alianzas estratégicas se asocian con una gestión organizacional orientada a la responsabilidad social; no obstante, esta asociación no debe interpretarse como una relación causal directa, dado que el diseño metodológico del estudio no permite identificar direccionalidad entre las variables; por ende, se acepta la hipótesis H1.4.

H1.5: Cultura emprendedora y responsabilidad social corporativa

Tabla 10

Correlación H1.5

Variables	Cultura Emprendedora	Responsabilidad Social Corporativa
Cultura Emprendedora	1,000	0,784
Responsabilidad Social Corporativa	0,784	1,000
Sig. (bilateral)	0,000	0,000

Nota. Prueba Rho de Spearman. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados evidencian un coeficiente de correlación de $\rho = 0,784$, con $p = 0,000$, lo que indica una relación positiva alta y significativa entre la cultura emprendedora y la responsabilidad social corporativa, demostrando así que la promoción de la innovación, el financiamiento de proyectos y el impulso a nuevas iniciativas se asocian con una mayor percepción de responsabilidad social; sin embargo, este resultado no implica una relación de causalidad, sino una asociación estadística entre ambas variables dentro de la organización; por lo tanto, se acepta la hipótesis H1.5.

Ante los resultados obtenidos, se aceptan todas las hipótesis planteadas, al evidenciarse relaciones positivas y estadísticamente significativas entre la cultura organizacional, sus dimensiones y la responsabilidad social corporativa; no obstante, es importante aclarar que los hallazgos corresponden a relaciones correlacionales, por lo que no permiten establecer inferencias causales.

4.6. Discusión de resultados

Los resultados estadísticos de la contrastación de la hipótesis general evidencian una relación positiva muy alta y estadísticamente significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025, con un coeficiente Rho de Spearman de $\rho = 0,873$ y un nivel de significancia $p = 0,000$, lo cual se asemeja con los antecedentes nacionales de Cárdenas y Peralta (2024), quienes identificaron una relación positiva muy fuerte entre ambas variables en Mypes del sector industrial del Callao, así como con los resultados de Viacava (2023), quien precisó una correlación positiva alta entre la gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional. Asimismo, este resultado también se asemeja con los estudios de Ali et al. (2023) y Belay et al. (2023), quienes evidenciaron que la cultura organizacional cumple un rol articulador y facilitador en la implementación de la responsabilidad social corporativa; no obstante, el hallazgo difiere parcialmente de lo reportado por Astuti et al. (2024), quienes no encontraron una relación directa significativa entre cultura organizacional y RSC, lo cual puede deberse a diferencias propias de los sectores; ante ello, estos resultados permiten afirmar que, en Bureau Veritas Perú, una cultura organizacional sólida se asocia de forma significativa con mayores niveles de responsabilidad social corporativa, aceptándose la hipótesis general desde un enfoque correlacional.

Respecto a la hipótesis H1.1, los resultados evidencian una relación positiva alta y significativa entre la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente Rho de Spearman de $\rho = 0,670$ y $p = 0,000$, lo cual se asemeja con la investigación de Ali et al. (2023), quienes señalaron que la cultura organizacional, a través de mecanismos de participación y compromiso interno, media los efectos de la RSC sobre variables organizacionales relevantes; asimismo, se relaciona con lo indicado por Belay et al. (2023), quienes evidenciaron que una cultura organizacional orientada a la participación y al involucramiento de los stakeholders internos fortalece las prácticas de responsabilidad social corporativa. En el ámbito nacional, este resultado guarda relación con lo precisado por Cárdenas

y Peralta (2024), quienes encontraron que dimensiones éticas y participativas de la cultura organizacional tienen asociaciones significativas con la RSE; por tanto, estos los resultados evidencian que la participación activa, la comunicación asertiva y la autonomía organizacional se relacionan con mayores niveles de responsabilidad social, aceptándose la hipótesis H1.1.

En relación con la hipótesis H1.2, se identificó una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre la cultura profesional y la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de $\rho = 0,772$ y $p = 0,000$, lo cual se asemeja con lo abordado por Astuti et al. (2024), quienes evidenciaron que el fortalecimiento de capacidades organizacionales y el desarrollo profesional se vinculan con mayores niveles de responsabilidad social, aunque mediado por otros factores como el liderazgo. Asimismo, se relaciona con los resultados de Belay et al. (2023), quienes señalaron que una cultura organizacional orientada al desarrollo profesional influye positivamente en la adopción de prácticas de RSC; también, a nivel nacional, el hallazgo es similar a la investigación de Cárdenas y Peralta (2024), quienes identificaron asociaciones significativas entre las dimensiones de la RSE y una cultura organizacional sólida; por lo tanto, los resultados exponen que la capacitación continua y el fortalecimiento profesional se asocian con una mayor percepción de responsabilidad social,

Respecto a los resultados obtenidos para la hipótesis H1.3, se evidencia una relación positiva alta y significativa entre la cultura motivadora y la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de $\rho = 0,765$ y $p = 0,000$, lo cual se asemeja con lo precisado por Ali et al. (2023), quienes destacan que la cultura organizacional influye en el comportamiento ciudadano y en la percepción de las prácticas de responsabilidad social, sobre todo cuando se promueven incentivos y reconocimiento al desempeño. Asimismo, se relaciona con los resultados de Cabrera et al. (2022), quienes demostraron que la ética empresarial y las prácticas responsables permiten fortalecer la reputación y la sostenibilidad organizacional, los cuales se vinculan a su vez con la motivación laboral. En el contexto nacional y local, este resultado también se respalda por Viacava (2023), quien evidenció que

una gestión responsable se asocia con el fortalecimiento del comportamiento organizacional; por tanto, se acepta la hipótesis H1.3, al evidenciarse que una cultura motivadora se asocia con mayores niveles de responsabilidad social corporativa.

En cuanto a la hipótesis H1.4, los resultados muestran una relación positiva muy alta y estadísticamente significativa entre la cultura de trabajo en equipo y la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de $\rho = 0,840$ y $p = 0,000$, lo cual se asemeja con Belay et al. (2023), quienes evidenciaron que la interacción entre los stakeholders internos y una cultura organizacional colaborativa favorece la implementación de prácticas de RSC; asimismo, se vincula con lo expuesto por Pan et al. (2022), quienes señalaron que una cultura organizacional orientada a valores colectivos fomenta comportamientos responsables más allá del ámbito interno. A nivel local, el resultado se relaciona así con Hualla (2025), quien identificó que los elementos culturales influyen en el desarrollo organizacional; en tal sentido, los resultados evidencian que el trabajo colaborativo y la cooperación organizacional se asocian con una gestión socialmente responsable, aceptándose la hipótesis H1.4.

Finalmente, los resultados de la hipótesis H1.5 evidencian una relación positiva alta y significativa entre la cultura emprendedora y la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de $\rho = 0,784$ y $p = 0,000$, lo cual se relaciona con lo precisado por Astuti et al. (2024), quienes señalaron que la innovación y la capacidad emprendedora se fortalecen en lugares que promueven prácticas responsables; asimismo, se vincula con el estudio Pan et al. (2022), quienes evidenciaron que una cultura organizacional orientada al cambio y a la innovación predice la responsabilidad social corporativa. En el ámbito nacional, este resultado se asemeja con Cárdenas y Peralta (2024), quienes evidencian la importancia de integrar la RSE como parte de la cultura organizacional para lograr sostenibilidad empresarial; por tanto, se acepta la hipótesis H1.5, al evidenciarse que la cultura emprendedora se asocia significativamente con la responsabilidad social corporativa.

CONCLUSIONES

Primera: Se determinó que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025, dado que se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de $\rho = 0,873$, con un nivel de significancia $p = 0,000$, evidenciando así que una cultura organizacional fuerte se asocia con mayores niveles de responsabilidad social corporativa percibidos por los trabajadores.

Segunda: Se analizó que la cultura participativa se relaciona positiva y significativamente con la responsabilidad social corporativa, al obtenerse un coeficiente de correlación de $\rho = 0,670$ y un valor de significancia $p = 0,000$, indicando este resultado que el compromiso directivo, la comunicación interna y la participación en la toma de decisiones se asocian con una mejor percepción de las prácticas de responsabilidad social.

Tercera: Se identificó que la cultura profesional presenta una relación positiva y significativa con la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de correlación de $\rho = 0,772$ y un nivel de significancia $p = 0,000$, evidenciando así que la capacitación, el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo profesional de los trabajadores se asocian con mayores niveles de responsabilidad social corporativa.

Cuarta: Se evaluó que la cultura motivadora se relaciona de manera positiva y significativa con la responsabilidad social corporativa, al haberse obtenido un coeficiente Rho de Spearman de $\rho = 0,765$, con $p = 0,000$, exponiendo así que los incentivos económicos, el reconocimiento laboral y el crecimiento personal y profesional de los trabajadores se asocian con una mayor percepción de responsabilidad social.

Quinta: Se analizó que la cultura de trabajo en equipo presenta una relación positiva muy alta y significativa con la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de correlación de $\rho = 0,840$ y un nivel de significancia $p = 0,000$,

evidenciando así que el trabajo colaborativo, los equipos multidisciplinarios y las alianzas estratégicas se asocian con la responsabilidad social corporativa.

Sexta: Se midió que la cultura emprendedora se relaciona positiva y significativamente con la responsabilidad social corporativa, con un coeficiente de correlación de $\rho = 0,784$, con $p = 0,000$, evidenciando así que la innovación, el financiamiento de proyectos y el impulso a nuevas iniciativas productivas se asocian con una mayor percepción de responsabilidad social corporativa.

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda que Bureau Veritas Perú continúe fortaleciendo su cultura organizacional alineando sus valores, prácticas internas y estilos de gestión con los principios de la responsabilidad social corporativa, a fin de generar una gestión organizacional sostenible que favorezca el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Segunda: Se sugiere reforzar las prácticas vinculadas a la cultura participativa, promoviendo espacios formales de comunicación, participación y toma de decisiones compartidas, que permitan incrementar el compromiso de los trabajadores y fortalecer la implementación de acciones de responsabilidad social corporativa dentro de la organización.

Tercera: Se plantea que la empresa impulse programas de formación y desarrollo profesional, priorizando la capacitación continua y el fortalecimiento de competencias, como un mecanismo para potenciar la responsabilidad social corporativa y mejorar el desempeño organizacional.

Cuarta: Se sugiere fortalecer la cultura motivadora mediante el diseño de políticas claras de incentivos y reconocimiento al desempeño, orientadas a valorar el aporte de los trabajadores y a generar un mayor compromiso con las iniciativas de responsabilidad social corporativa.

Quinta: Se recomienda promover y consolidar la cultura de trabajo en equipo, fomentando la conformación de equipos multidisciplinarios y el desarrollo de alianzas estratégicas internas y externas, que aporten al logro de objetivos comunes y al fortalecimiento de la responsabilidad social corporativa.

Sexta: Se plantea que la organización continúe incentivando la cultura emprendedora, impulsando políticas de innovación, asignación de recursos y financiamiento de nuevos proyectos productivos, de manera que se fortalezca la responsabilidad social corporativa y se genere valor para la empresa y sus grupos de interés.

REFERENCIAS

- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275678>
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). "What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda". *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>
- Ali, H., Yin, J., Manzoor, F., & An, M. (2023). The impact of corporate social responsibility on firm reputation and organizational citizenship behavior: The mediation of organic organizational cultures. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1100448>
- Arriaza, B., & Galaz-Mandakovic, D. (2020). Expansión minera, déficit hídrico y crisis sanitaria: La potabilización del río Toconce y el impacto del arsenicismo en la población de la provincia de Antofagasta (1915-1971). *Historia* 396, 10(1), 73-114.
- Astuti, R. J., Maryati, T., Nurmalasari, A. A., & Setyawati, N. (2024). Balancing sustainability organizational: The role of servant leadership and innovativeness through organizational culture and corporate social responsibility. *E3S Web of Conferences*, 571. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457101007>
- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4306261>
- Belay, H. A., Hailu, F. K., & Sinshaw, G. T. (2023). Linking internal stakeholders' pressure and corporate social responsibility (CSR) practices: The

moderating role of organizational culture. *Cogent Business and Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2229099>

Cabrera Luján, S. L., Sánchez Lima, D. J., & Guevara Flores, S. A. (2022). *Responsabilidad social corporativa, ética empresarial y reputación corporativa como predictores de la retención de los clientes de instituciones del tercer sector* [Tesis de maestría, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana Unión. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/6007>

Cameron, K., & Quinn, R. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. San Francisco: Jossey-Bas.
<https://doi.org/https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1871430>

Cárdenas Urrutia, K. E., & Peralta Miranda, O. B. (2024). *Responsabilidad social empresarial y cultura organizacional en el sector industrial de las Mypes del Callao, 2024* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/15382>

Carroll, A. B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders". *Business Horizons*.
[https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of CSR: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
[https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

Choi, J. N., & Lee, J. (2014). The effect of a learning-oriented culture on innovative work behavior: The mediating role of organizational learning. *Journal of*

Business Research, 67(10), 2180-2184.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.03.009>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2017). Informe sobre la explotación minera en Latinoamérica. Santiago, Chile: CEPAL.
https://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/presentacioncepal_xiicamma.pdf

Deal, T., & Kennedy, A. (1982). Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Addison-Wesley Publishing Company.
https://books.google.com.pe/books/about/Corporate_Cultures.html?id=9_L7qnCEiUwC&redir_esc=y

Deal, T., & Kennedy, A. (1982). Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Addison-Wesley Publishing Company.
https://books.google.com.pe/books/about/Corporate_Cultures.html?id=9_L7qnCEiUwC&redir_esc=y

Delgado, M. K., & Seminario, H. (2016). Cultura organizacional y responsabilidad social empresarial: un enfoque correlacional. Trujillo: Universidad Privada del Norte.

Elkington, J. (1997). The Triple Bottom Line: Sustainability's Marketing Imperative. Sustainability, 10(2), 13-24. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.1997.tb00398.x>

Espasandín-Bustelo, F., Ganaza-Vargas, J., & Diaz-Carrion, R. (2021). Employee happiness and corporate social responsibility: the role of organizational culture. Employee Relations, 43(3), 609-629.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ER-07-2020-0343>

Fernández, R. (2018). La responsabilidad social corporativa como modelo de gestión empresarial. Barcelona, España: Editorial Bosch.

<https://www.marcialpons.es/libros/la-responsabilidad-social-corporativa-como-modelo-de-gestion-empresarial/9788490903353/>

Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
https://doi.org/https://books.google.com.pe/books/about/Strategic_Management.html?id=4PUJAQAAMAAJ

Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2007). *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success*. Yale University Press. DOI:10.12987/9780300138498

Frynas, J. (2005). The False Developmental Promise of Corporate Social Responsibility: Evidence from Multinational Oil Companies. *International Affairs*, 81(3), 581-598. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2346.2005.00470.x>

Frynas, J. G. (2005). The false developmental promise of Corporate Social Responsibility: Evidence from multinational oil companies. *International Affairs*, 81(3), 581-598. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2346.2005.00470.x>

Gahona, M. (2020). *Desafíos logísticos en el sector minero peruano*. Lima, Perú: Revista de Logística Minera.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14986/Andujar-Ormachea_Miner%C3%ADa-cobre-Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71.
<https://doi.org/10.1023/B>

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (2005). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The*

Sage Handbook of Qualitative Research (pp. 191-215). Sage Publications.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Hofstede, G. (1980). Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. SAGE.

Hofstede, G. (1983). Review Article: Geert Hofstede: Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values: 1980. Beverly Hills/London: Sage, 4(4), 474.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/017084068300400409>

Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind. McGraw-Hill. <https://archive.org/details/g.-hofstede-g.-j.-hofstede-m.-minkov-cultures-and-organizations-software-of-the->

Hualla Ortega, H. A. (2025). *Cultura organizacional y estructura organizacional en el sector servicios del distrito de Tacna, 2025* [Tesis de maestría, Escuela de Posgrado Newman]. Repositorio Institucional de la Escuela de Posgrado Newman. <https://hdl.handle.net/20.500.12892/1827>

International Labour Organization. (2020). International Labour Organizatio. World Employment and Social Outlook - Trends 2020: https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_734455.pdf

Kotter, J., & Heskett, J. (1992). Corporate Culture and Performance. Free Press, New York.

<https://doi.org/https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1462657>

Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento y Gestión*, 46(1), 1-28.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64664303002>

Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento y gestión*, 1(46), 11-47.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14482/pege.46.1203>

Navarro, L. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3(6), 167-186.
<https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/>

Observatorio Laboral de las Américas. (2020). Informe especial: Condiciones laborales y los derechos de las mujeres trabajadoras de cuatro países andinos frente al COVID-19: Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia. Confederación Sindical de Trabajadores y Trabajadoras de las Américas.
<https://csa-csi.org/wp-content/uploads/2021/01/Informe-Bolivia-Colombia-Ecuador-y-Peru-ESP-FINAL.pdf>

Pan, C., Abbas, J., Álvarez-Otero, S., Khan, H., & Cai, C. (2022). Interplay between corporate social responsibility and organizational green culture and their role in employees' responsible behavior towards the environment and society. *Journal of Cleaner Production*, 366, 132878.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132878>

- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). "The link between competitive advantage and corporate social responsibility". Harvard Business Review. <https://hazrevista.org/wp-content/uploads/strategy-society.pdf>
- Porter, M., & Kramer, M. (2007). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78-92. https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/6616248_Strategy_and_Society_The_Link_Between_Competitive_Advantage_and_Corporate_Social_Responsibility
- Porter, M., & Kramer, M. (2007). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78-92. https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/6616248_Strategy_and_Society_The_Link_Between_Competitive_Advantage_and_Corporate_Social_Responsibility
- Rodríguez, A. (2010). Responsabilidad social empresarial: Necesidad y creatividad. Comunicación, 6(11), <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4784486>
- Rueda-Barrios, G., Gonzales-Bueno, J., Rodenes, M., & Moncaleano, G. (2018). La cultura organizacional y su influencia en los resultados de innovación en las pequeñas y medianas empresas. Revista Espacios, 39(42), 36-42. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p36.pdf>
- Ruiz, P., Ruiz, C., & Martínez, R. (2012). Cultura organizacional ética y generación de valor sostenible. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 18(1), 17-31. Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa.

- Sachdeva, S., & Ramesh, L. (2023). Responsible and sustainable lending by Financial Institutions: A literature Review. *Finance Theory and Practice*, 27(5), 195-204. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2023-27-5-195-204>
- Sánchez, S., Trillo, M., Mora, C., & Ayuso, M. (2006). La cultura organizacional como núcleo central en la medición del capital intelectual. *Cordova: Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*.
- Schein, E. (2010). *Organizational Culture and Leadership*, 4ta ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass. <https://doi.org/https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1848176>
- Schneider, B., & Barbera, K. (2014). *The Oxford Handbook of Organizational Climate and Culture*. Oxford University Press.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and organizational analysis. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 339-358. <https://doi.org/10.2307/2392246>
- Sotelo-Asef, J., Arrieta-Díaz, D., Alvarado-González, J., & Aviña-Rentería, R. (2018). Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000. Durango: Universidad Politécnica de Durango.
- Sotelo-Asef, J., Arrieta-Díaz, D., Alvarado-González, J., & Aviña-Rentería, R. (2018). Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000. Durango: Universidad Politécnica de Durango .
- Viacava Parodi, K. L. R. (2023). *Gestión de la responsabilidad social universitaria y la cultura organizacional de la Universidad Privada de Tacna, período 2020* [Tesis de doctorado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio

Institucional de la Universidad Privada de Tacna.
<http://hdl.handle.net/20.500.12969/2685>

Wood, J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, 16(1), 691-718.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>

Zohar, D., & Marshall, I. (2004). *Spiritual Intelligence: The Ultimate Intelligence*. Bloomsbury.

APÉNDICES

Apéndice 1. Cuestionario de Evaluación

Estimado(a) colaborador(a) a continuación se presentarán 41 preguntas orientadas a conocer la relación existente entre la Cultura Organizacional y la Responsabilidad Social Corporativa. Por favor agradeceré responder esta encuesta con total sinceridad, así mismo el trabajo tiene exclusivamente un fin académico y es anónima. Cada pregunta tiene 5 alternativas de marcación donde:

5 = Estoy totalmente de acuerdo

4 = Estoy de acuerdo

3 = Ni en acuerdo ni en desacuerdo

2 = Estoy en desacuerdo

1 = Estoy totalmente en desacuerdo

Sus datos personales y respuestas serán mantenidos en reserva, siendo estos de conocimiento sólo por parte del investigador, el cual publicará únicamente los resultados del cuestionario, sin dar a conocer su identidad.

Edad:

Sexo: Femenino () Masculino ()

Cargo:

Tiempo de permanencia en la empresa: Más de 5 años () Menos de 5 años ()

Por favor indique el nivel de acuerdo con las siguientes preguntas en relación a la marca empleadora.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Preguntas	Alternativas				
Cultura Organizacional	1	2	3	4	5

Preguntas	Alternativas			
1. Los gerentes de los proyectos están comprometidos con los valores y prácticas orientados a la gestión.				
2. Los procesos de comunicación en las áreas son asertivos y permiten el flujo de información.				
3. El estilo de la gerencia es participativo, flexible e integrador.				
4. Las gerencias de proyectos tienen autonomía en la toma de decisiones.				
5. La empresa promueve y apoya la realización de eventos de capacitación para la divulgación de los procesos de gestión.				
6. La empresa apoya a los trabajadores con descarga de tiempo para la formación en programas de fortalecimiento de capacidades.				
7. La empresa brinda apoyo económico para la formación en programas de fortalecimiento de capacidades.				
8. La empresa brinda apoyo económico para asistir a eventos nacionales de capacitación.				
9. La empresa aporta a su crecimiento profesional y personal.				
10. La empresa ofrece incentivos económicos a los gerentes, trabajadores por resultados anuales de producción laboral.				
11. La empresa realiza reconocimientos públicos a los trabajadores por logros anuales de producción laboral.				
12. La empresa promueve proyectos de desarrollo con equipos de trabajo Multidisciplinarios.				
13. La empresa promueve la creación de nuevos grupos y líneas de servicios de desarrollo social.				
14. La empresa fomenta las alianzas para la realización de proyectos entre gerencias de desarrollo estratégico.				
15. La empresa promueve convenios con entidades Empresa-Estado para el desarrollo de proyectos de desarrollo				
16. La empresa asigna presupuesto suficiente para proyectos inversión				
17. La empresa promueve políticas generales que apoyan la innovación				
18. La empresa apoya y financia la ejecución de nuevos proyectos de desarrollo productivo.				
Responsabilidad Social Corporativa				
19. En esta empresa desarrollan actividades para incrementar la Responsabilidad Social				
20. Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la empresa				

Preguntas	Alternativas				
21. Se hace una utilidad adecuada de los recursos					
22. En la empresa se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social					
23. La empresa cuenta con principios de transparencia					
24. La empresa cuenta con políticas de derechos humanos					
25. La empresa cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos					
26. La empresa cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones					
27. La empresa cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente					
28. La empresa realiza actividades de información de cantidades de material tóxico usadas en el medio ambiente.					
29. La empresa cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente					
30. Esta empresa realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social					
31. La empresa realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social					
32. La empresa cuenta con políticas de responsabilidad social					
33. Esta empresa se informa completamente de sus subcontratas					
34. Esta empresa investiga a sus subcontratas para fortalecer la responsabilidad social					
35. Esta empresa y sus subcontratas comparten información de forma transparente					
36. Esta empresa y sus subcontratas realizan contratos beneficiosos para ambos					
37. Esta empresa y sus subcontratas informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes					
38. Esta empresa realiza actividades de cercanía a la comunidad					
39. Esta empresa participa en asociaciones locales					
40. Esta empresa alerta y protege a los ciudadanos					
41. Esta empresa ayuda en programas de desarrollo de la comunidad					

Gracias por su participación.

Apéndice 2. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025?	Determinar la relación entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.	Existe una relación positiva y significativa entre la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.	Variable independiente (X) X1: Cultura organizacional Dimensión: Cultura participativa Dimensión: Cultura profesional Dimensión: Cultura motivadora Dimensión: Cultura de trabajo en equipo Dimensión: Cultura emprendedora Variable dependiente (Y) Y1: Responsabilidad social corporativa Dimensión: Gobernanza de la organización Dimensión: Derechos humanos Dimensión: Prácticas laborales Dimensión: Prácticas justas de operación Dimensión: Asuntos de consumidores Dimensión: Participación activa y desarrollo de la comunidad	Tipo de investigación Básica con un alcance correlacional y un enfoque cuantitativo. Diseño de la investigación No experimental, de corte transversal. Ámbito de estudio El proyecto se llevó a cabo en el área de aseguramiento de la calidad de la construcción (CQA) de los proyectos misceláneos de la Vicepresidencia de Ingeniería y Proyectos en Antamina. Población Trabajadores del área de aseguramiento de la calidad de la construcción (CQA) de los proyectos misceláneos de la Vicepresidencia de Ingeniería y Proyectos en Antamina. Muestra 68 trabajadores del área de aseguramiento de la calidad de la construcción (CQA) de los proyectos misceláneos de la Vicepresidencia de Ingeniería y Proyectos en Antamina. Técnicas de recolección de datos Encuesta. Instrumentos Cuestionario de cultura organizacional y cuestionario de responsabilidad social corporativa, bajo escala de medición de Likert.
¿Qué relación existe entre la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025?	Analizar la relación de la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.	Existe una relación positiva y significativa entre la cultura participativa y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.		
¿Qué relación tiene la cultura profesional con la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025?	Identificar la relación de la cultura profesional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.	Existe una relación positiva y significativa entre la cultura profesional y la responsabilidad social corporativa en Bureau Veritas Perú, 2025.		
¿Cómo se relacionan la cultura motivadora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025?	Evaluar la relación entre la cultura motivadora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.	Existe una relación positiva y significativa entre la cultura motivadora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.		
¿Cuál es la relación entre la cultura de trabajo y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025?	Analizar la relación de la cultura de trabajo y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.	Existe una relación positiva y significativa entre la cultura de trabajo y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.		
¿Cómo se relacionan la cultura emprendedora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025?	Medir la relación de la cultura emprendedora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.	Existe una relación positiva y significativa entre la cultura emprendedora y la responsabilidad social en Bureau Veritas Perú, 2025.		

