



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Autores:

Jhon Cristian Acuña Sinarahua

<https://orcid.org/0000-0003-4108-2391>

Mirella Hildebrandt Pisco

<https://orcid.org/0000-0001-7623-5971>

Asesora:

MBA. Seidy Janice Vela Reátegui

<https://orcid.org/0000-0002-6491-8879>

Tarapoto, Perú

2023





FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis





**Responsabilidad social y reputación corporativa
de los beneficiarios de las obras realizadas por la
Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 –
2021**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

Autores

Jhon Cristian Acuña Sinarahua
Mirella Hildebrandt Pisco

Sustentado y aprobado el 24 de noviembre del 2023, por los siguientes jurados:

 _____ Presidente de Jurado Dra. Raidith Riva Ruiz	 _____ Secretario de Jurado M. Sc. Segundo Saúl Rodríguez Mendoza
 _____ Vocal de Jurado Mg. Julio César Cappillo Torres	 _____ Asesor MBA. Seidy Janice Vela Reátegui

Tarapoto, Perú

2023



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN CONDUCENTES A GRADOS Y TÍTULOS Nº 102

Jurado reconocido con Resolución N° 076-2022- UNSM/FCE-CF/NLU; Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración /Programa de pregrado.

En el auditorio de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, a las **09:00 horas** del día **viernes 24 de noviembre del año dos mil veintitrés** inició al acto público de sustentación del trabajo de investigación denominado: **"RESPONSABILIDAD SOCIAL Y REPUTACIÓN CORPORATIVA DE LOS BENEFICIARIOS DE LAS OBRAS REALIZADAS POR LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SHAMBOYACU 2018 – 2021"**, para optar título profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**, presentado por los bachilleres: **JHON CRISTIAN ACUÑA SINARAHUA y MIRELLA HILDEBRANDT PISCO**, con la asesoría de la **Lic. Adm. MBA. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI**.

Instalada la Mesa Directiva conformada por la **Dra. RAIDITH RIVA RUIZ** (presidente del jurado), **Lic. M.Sc. SEGUNDO SAÚL RODRIGUEZ MENDOZA** (secretario), **Lic. Adm. Mg. JULIO CESAR CAPPILLO TORRES** (vocal), y acompañado por la **Lic. Adm. MBA. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI** (asesora), la presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a continuación el secretario dio lectura a la **Resolución N° 076-2022- UNSM/FCE-CF/NLU**

Seguidamente los autores expusieron su trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondidas por los sustentantes y eventualmente, con la venia del jurado, por la asesora.

Una vez terminada la ronda de preguntas el jurado procedió a deliberar para determinar la calificación final, para lo cual dispuso un receso de quince (15) minutos, con la participación de la asesora con voz, pero sin voto; sin la presencia de los sustentantes y otros participantes del acto público.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTIN**



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

TELÉFONO: 0222 590421 EXT. 1000
D. AV. OBRERAS 354 - CIUDAD DE SAN MARTÍN - AGRISES

Luego de aplicar los criterios de calificación con estricta observancia del principio de objetividad y de acuerdo con los puntajes en escala vigesimal (de 0 a 20), según el Anexo 4.2 del RG – CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del jurado fue, (10); tal como se deja constar.

De acuerdo con el Artículo 40° del RG – CTI, la nota obtenida es Quecensis.....correspondiente a la calificación de Buena..... Leído este resultado en presencia de todos los participantes del acto de sustentación, el secretario dio lectura a las observaciones subsanables al informe final los autores deberán corregir y alcanzar al jurado en un plazo máximo de treinta (30) días calendario.

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones Nº 001, de la Facultad de Ciencias Económicas.

Firman los integrantes del Jurado; los autores del trabajo de investigación, el asesor y en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las 12.00 horas, el mismo día.

Dra. RAIDITH RIVA RUIZ
Presidente

Lic. M. Sc. SEGUNDO SAÚL RODRIGUEZ MENDOZA
Secretario

Lic. Adm. Mg. JULIO CESAR CAPPILLO TORRES
Vocal

JHON CRISTIAN ACUÑA SINARAHUA
Autor1

MIRELLA HILDEBRANDT PISCO
Autor2

Lic. Adm. MBA. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI
Asesora

Declaratoria de autenticidad

Jhon Cristian Acuña Sinarahua, identificado con DNI N° 71055374, y **Mirella Hildebrandt Pisco**, con DNI N° 73756807, egresados de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Escuela Profesional de Contabilidad, con la tesis titulada: **Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021**

Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencia de las fuentes bibliográficas consultadas, siguiendo las normas APA actuales
3. Toda información que contiene la tesis no ha sido plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 24 de noviembre de 2023.



.....
Jhon Cristian Acuña Sinarahua
DNI. N° 71055374



.....
Mirella Hildebrandt Pisco
DNI. N° 73756807

Ficha de identificación

<p>Título de proyecto: Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p>	<p>Área de investigación: Ciencias Administrativas. Línea de investigación: Modernización de Procesos de Gestión. Sublínea de investigación: Gestión Pública. Grupo de investigación: Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/>, Aplicada <input checked="" type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autores: Jhon Cristian Acuña Sinarahua Mirella Hildebrandt Pisco.</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas. Escuela Profesional de Administración. https://orcid.org/0000-0003-4108-2391 https://orcid.org/0000-0001-7623-5971</p>
<p>Asesora: MBA. Seidy Janice Vela Reátegui.</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración Unidad o Laboratorio Administración https://orcid.org/0000-0002-6491-8879</p>

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a nuestra pequeña Aitana Acuña Hildebrandt, familia y amigos, especialmente a nuestros padres (Sr. Rosember Hildebrandt Guerra y Sra. Glinda Pisco Tarazona; Sr. Leoncio Segundo Acuña Delgado y Sra. Beti Sinarahua Bocanegra) quienes fueron y siguen siendo el pilar fundamental en nuestra formación académica y/o profesional, por brindarnos seguridad y confianza en nuestra capacidad, darnos la oportunidad de formarnos con una educación superior en una universidad nacional, por ser soporte emocional en momentos difíciles y brindarnos todos los recursos necesarios para poder lograrlo.

Los autores

Agradecimiento

Agradecemos a Dios ´por brindarnos vida y salud, a nuestros padres por el apoyo económico y emocional, quienes nos guiaron para ser mejores personas y profesionales, ayudándonos a llegar hasta al punto en donde nos encontramos hoy en día, profesionales en la carrera de administración.

Agradecer también al Lic. M.Sc. Segundo Saúl Rodríguez Mendoza quien fue nuestro docente de proyecto de investigación, instruyéndonos con un amplio conocimiento y fundamental acerca del trabajo de investigación; a nuestra asesora de proyecto de tesis Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui por la paciencia, rectitud y dirigirnos en todo el transcurso del presente trabajo de investigación.

Los autores

Índice general

Ficha de identificación.....	6
Dedicatoria	7
Agradecimiento	8
Índice general.....	9
Índice de tablas	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	14
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.2. Fundamentos teóricos	21
CAPÍTULO III MATERIALES Y METODOS	31
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación	31
3.1.1. Ubicación política	31
3.1.2. Ubicación geográfica.....	31
3.1.3. Periodo de ejecución.....	31
3.1.4. Autorizaciones y permiso	31
3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad	31
3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales	31
3.2. Sistema de variables	32
3.2.1. Variables principales	32
3.2.2. Variables secundarias.....	32
3.3. Procedimientos de la investigación	34
3.3.1. Objetivo específico 1	36
3.3.2. Objetivo específico 2.....	36
3.3.3. Objetivo específico 3.....	37
3.3.4. Objetivo específico 4.....	37

3.3.5. Objetivo específico 5.....	37
3.3.6. Objetivo específico 6.....	37
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
4.1. Resultado del objetivo específico 1	38
4.2. Resultado del objetivo específico 2	38
4.3. Resultado del objetivo específico 3	39
4.4. Resultado del objetivo específico 4	40
4.5. Resultado del objetivo específico 5	40
4.5. Resultado del objetivo específico 6	41
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	50
ANEXOS.....	60

Índice de tablas

Tabla 1 Descripción de variables por objetivo específico	32
Tabla 2 Descripción de variables por objetivo específico	33
Tabla 3 Descripción de variables por objetivo específico	33
Tabla 4 Descripción e variables por objetivo específico	33
Tabla 5 Descripción e variables por objetivo específico	33
Tabla 6 Descripción e variables por objetivo específico	33
Tabla 7 Nivel de responsabilidad social	38
Tabla 8 Nivel de reputación corporativa	38
Tabla 9 Prueba de normalidad	39
Tabla 10 Relación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional.....	39
Tabla 11 Relación entre la responsabilidad social y los servicios	40
Tabla 12 Relación entre la responsabilidad social y la visión y liderazgo	40
Tabla 13 Relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral.....	41
Tabla 14 Relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa.....	41
Tabla 15 Confiabilidad del Cuestionario de responsabilidad social.....	68
Tabla 16 Confiabilidad el Cuestionario de reputación corporativa	68

RESUMEN

Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021

La investigación desarrollada parte de una problemática en torno a la cuestionable gestión pública de la municipalidad del nombrado distrito, derivando en el descontento y la disconformidad ciudadana. En tal sentido, se propuso como objetivo principal determinar la relación entre la responsabilidad social y la reputación corporativa de acuerdo a los beneficiarios de los proyectos ejecutados por la Municipalidad distrital de Shamboyacu durante el periodo 2018 – 2021. Tal distrito se ubica en la provincia Picota, perteneciente al departamento de San Martín; mientras que el periodo de evaluación comprende entre los años 2018 y 2021. El estudio fue cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel correlacional y con un diseño no experimental con corte longitudinal. Por otro lado, como instrumentos, se administraron dos cuestionarios de propia elaboración a los 368 beneficiarios seleccionados. Se utilizaron, en aras del tratamiento estadístico, medidas descriptivas (frecuencias y porcentajes); así como también, medidas de distribución normal (K-S) y correlacionales (rho de Spearman). Los resultados indicaron, en primer lugar, que la responsabilidad social obtuvo un nivel promedio con un 55% y la reputación corporativa un grado regular con un 43% de coincidencia entre los encuestados, respectivamente. Asimismo, se halló que la responsabilidad social se asoció directa y significativamente con la reputación corporativa (rho de Spearman=.736, $p=.000$); del mismo modo que con las dimensiones de esta última: atractivo emocional (rho de Spearman=.725, $p=.000$), servicios (rho de Spearman=.737, $p=.000$), visión y liderazgo (rho de Spearman=.722, $p=.000$) y entorno laboral (rho de Spearman=.727, $p=.000$). En conclusión, la hipótesis de investigación se validó dado que la responsabilidad social se asoció directa y significativamente con la reputación corporativa.

Palabras clave: Responsabilidad social, reputación corporativa, beneficiarios, municipalidad.

ABSTRACT

Social responsibility and corporate reputation of the beneficiaries of the works carried out by the District Municipality of Shamboyacu 2018 - 2021

The conducted research is based on a problem related to the questionable public management of the municipality of the district, resulting in citizen discontent and dissatisfaction. In this sense, the main objective was proposed to determine the relationship between social responsibility and corporate reputation according to the beneficiaries of the projects implemented by the District Municipality of Shamboyacu during the period 2018 - 2021. This district is located in the province of Picota, in the department of San Martín, and the evaluation period covered the years 2018 to 2021. The study was quantitative, applied, correlational and with a non-experimental design with longitudinal cut. On the other hand, as instruments, two self-made questionnaires were administered to the 368 selected beneficiaries. For statistical treatment, descriptive measures (frequencies and percentages) were used, as well as normal distribution (K-S) and correlational measures (Spearman's rho). The results indicated, firstly, that social responsibility obtained an average level with 55% and corporate reputation a fair level with 43% agreement among the respondents, respectively. Likewise, it was found that social responsibility was directly and significantly associated with corporate reputation (Spearman's rho=.736, p=.000); as well as with the dimensions of corporate reputation: emotional appeal (Spearman's rho=.725, p=.000), services (Spearman's rho=.737, p=.000), vision and leadership (Spearman's rho=.722, p=.000) and work environment (Spearman's rho=.727, p=.000). In conclusion, the research hypothesis was validated since social responsibility was directly and significantly associated with corporate reputation.

Keywords: Social responsibility, corporate reputation, beneficiaries, municipality.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

La razón que respalda la existencia de las organizaciones no depende exclusivamente de sus trabajadores sino por la percepción de los beneficiarios, que reciben bienes y servicios implícitos de acuerdo con la filosofía institucional; pudiendo catalogarse como un indicador de la responsabilidad social y entendiéndose cual factor particularmente influyente si se trata de entidades públicas como las municipales. (García et al., 2021, p. 3). Así, la responsabilidad social ha sido conceptuada como un método de gestión que permite el desarrollo de una cultura social mediante la evaluación continua de las operaciones y las metas proyectadas; las cuales se supeditan bajo principios político-jurídicos que regulan la administración de recursos a partir de una normativa legal. Por consiguiente, se pretende lograr la satisfacción sistemática de las necesidades de la ciudadanía en materia social y medioambiental (Santa et al., 2021, p. 212)

Ante el contexto acondicionado por la emergencia sanitaria de COVID-19, se reconoce que las dificultades para el acortamiento de las brechas sociales mediante los programas gubernamentales; demandando incrementar la inversión en la implementación de iniciativas de desarrollo sostenible contempladas en la Agenda 2030 ya que, aunque 156 países han diseñado políticas urbanas; solo el 50% las ha implementado. Asimismo, la superficie urbana destinada a calles y espacios públicos abiertos es del 16% cuando se estableció que sea del 30%. Respecto a las directrices en pro del medio ambiente, existen 700 programas que han sido aplicados; tomando en cuenta el hecho de que los residuos plásticos se acrecentaron en un 70% entre 2000 y 2017. (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2021, pp. 16-19).

Pese a que la información expuesta corresponde a cifras estadísticas, la población mundial puede obtener registros anecdóticos sobre la problemática; motivo por el cual se gesta un punto de vista sobre las entidades públicas. En esa línea, cabe señalar al Índice de la percepción de la Corrupción, que es un coeficiente derivado de una exploración a 180 países en materia del control de fondos presupuestales. La encuesta posiciona a Sudán del Sur, Somalia, Siria, Yemen y Venezuela en los primeros lugares; mientras que, entre los países con una mayor transparencia y respeto a la democracia, se encuentran Dinamarca, Nueva Zelanda, Finlandia, Singapur y Suecia. (Transparencia Internacional, 2021, pp. 2-3)

En el ámbito nacional, la responsabilidad social ha sido vista como un pilar importante en la actitud de la población frente a las autoridades y a los trabajadores de las

instituciones públicas. En ese sentido, una demostración del interés estatal por el impacto social y ambiental es la investigación de Núñez y Pedroza (2019), donde se concluyó que la responsabilidad social de la Municipalidad de Lima Metropolitana, es buena según el 92.4% de los encuestados; mientras que el 78.6% adjetivó su planeamiento estratégico como bueno y el 58,8%, del mismo modo, calificó el cuidado y preservación ambiental (pp. 11-12). No obstante, se han identificado otros resultados estadísticos, que son divergentes al anterior. Acorde con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018); se reporta el grado de desconfianza en las instituciones peruanas ya que, sobre entidades no confiables, todas son públicas. Ahora bien, en el caso de las municipalidades distritales, el 81.9% experimenta desconfianza hacia ellas y es una cifra que va en ascenso en comparación con el año previo (p. 10).

En la esfera local, concerniente a los beneficiarios de las obras generadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, se distinguen deficiencias que perjudican su reputación institucional ya que, aunque su misión y visión se halla implícita en su cuenta de Facebook a través de las publicaciones sobre sus obras culminadas; se reconocen comentarios de aprobación y otros de aparentes residentes del distrito, quienes cuestionan su eficiencia en la gestión, por ejemplo, en la entrega de víveres. Por consiguiente, se sugiere el descontento de algunos individuos y podría ser un signo de una administración irregular que no evidencia una responsabilidad social. Al respecto, es posible nombrar factores explicativos y serían la repercusión de las negligentes gestiones precedentes, la ínfima interacción de las autoridades con los ciudadanos, un inefectivo gasto público, la contratación de un personal que no esté capacitado, la falta de liderazgo en la organización, la carencia de una supervisión de los programas y la evaluación de su utilidad.

Por lo tanto, la revisión de la problemática acentúa la relevancia de ser estudiada puesto que, de no ejecutarse una intervención, la disconformidad de los ciudadanos de Shamboyacu podría aumentar; mostrándose en la incidencia de quejas ante medios virtuales u organismos de regulación estatal, provocando una disminución de la reputación institucional.

El estudio tuvo como problema general, ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?, en tanto como problemas específicos fueron: i) ¿Cuál es el nivel de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?, ii) ¿Cuál es el grado de reputación corporativa desde la

perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?, iii) ¿Cuál es la asociación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?, iv) ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?, v) ¿Cómo se asocia la responsabilidad social con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021? Y vi) ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?.

Seguidamente como hipótesis general, existe una relación significativa entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021. En tanto como hipótesis específicas fueron i) Existe un grado promedio de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, ii) Existe un grado regular de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, iii) Existe una asociación significativa entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, iv) Existe una relación significativa entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, v) La responsabilidad social se asocia significativamente con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021 y vi) Existe una relación significativa entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

En tanto, como objetivo general fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los consumidores del restaurant Sacha Culantro Tarapoto-2021. Al mismo tiempo como objetivos específicos: i) Evaluar el grado de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 -2021; ii) Detallar el grado de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad

Distrital de Shamboyacu 2018 -2021, iii) Establecer la asociación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, iv) Definir la relación entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021, v) Averiguar como la responsabilidad social se asocia con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021 y vi) Hallar la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A nivel internacional

Ajayi & Mmutle (2021) en su investigación titulada: *Corporate reputation through strategic communication of corporate social responsibility. [Reputación corporativa a través de la comunicación estratégica de responsabilidad social corporativa]*. (Artículo científico). Se planteó como propósito evaluar la comunicación de la responsabilidad social y la reputación corporativa. Metodológicamente, se caracterizó por tener un nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. La capacidad muestral fue de 5.702 individuos quienes fueron encuestados. Los resultados indicaron que 10 de las organizaciones utilizaron la estrategia del servicio social. Los mensajes informados en este tipo de estrategia, se refieren a la promesa organizacional (96,75%), a la relación entre la responsabilidad social con el valor corporativo (82,47%) y al apoyo corporativo (56,49%). En conclusión, las organizaciones sí emplean los medios de comunicación para difundir su labor social.

Islam et al. (2021) en su estudio titulado: *The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. [El impacto de la responsabilidad social corporativa en la lealtad del cliente: el papel mediador de la reputación de la reputación corporativa, la satisfacción del cliente y la confianza]*. (Artículo científico). El objetivo consistió en hallar influencia de la responsabilidad social sobre la lealtad del usuario con la mediación de la reputación. La investigación se ubicó en el nivel explicativo, diseño no experimental y corte transeccional. La capacidad muestral fue de 313 clientes habituales, quienes fueron encuestados. Los hallazgos señalaron que significancia en la responsabilidad social sobre la reputación ($t=19.40$; $p < 0.001$) y esta, por su parte, con la fidelidad del usuario ($t=03.74$; $p < 0.001$). Se concluye, por tanto, que la hipótesis nula se rechaza.

Loopamudra (2021) en su investigación titulada: *The Impact of Corporate Social Responsibility on Reputation: A Study on Top 100 Companies Operating in India. [El impacto de la responsabilidad social empresarial en la reputación: un estudio sobre las 100 principales empresas que operan en la India]*. (Artículo científico). Se tuvo como finalidad identificar la influencia de la responsabilidad social sobre la reputación corporativa. En ese sentido, el estudio se situó en el nivel explicativo, diseño no

experimental y corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 100 empresas y se utilizó el análisis documental. Los resultados expusieron que la reputación corporativa es promedio; además de que no estuvo influenciada por la responsabilidad social. Por tal razón, se concluye que la hipótesis nula no se invalida.

Singh & Misra (2021) en su estudio titulado: *Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. [Vinculando la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y el Desempeño Organizacional: el efecto moderador de la reputación corporativa]*. (Artículo científico). Se presentó como finalidad examinar la correlación entre la responsabilidad social y el desempeño organizacional con el prestigio como intermediario. La investigación se distinguió por su nivel explicativo, diseño no experimental y corte transeccional. La muestra estuvo compuesta por 340 gerentes quienes fueron encuestados. Los resultados manifiestan una asociación significativa entre la responsabilidad social y la eficacia empresarial; siendo moderado negativa y considerablemente por la reputación corporativa. Por tal motivo, se concluye que la hipótesis nula no es aceptada.

Gallardo-Vázquez et al. (2019) en su investigación titulado: *Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. [La responsabilidad social corporativa como antecedente de innovación, reputación, desempeño y éxito competitivo: un análisis de mediación múltiple]*. (Artículo científico). Se orientó al analizar las variables en un modelo de ecuaciones estructurales. El estudio se circunscribió en un nivel explicativo, diseño no experimental y de corte transeccional. Se contó con la participación de 180 instituciones y la técnica aplicada fue la encuesta. Los resultados hicieron extensivo que tanto mayor es la responsabilidad social sobre la reputación ($R_2 = ,398$); asimismo, ejerce un efecto significativo sobre en la innovación ($a^2 = 0.576$), la reputación ($\beta = ,330$; $p < 0,001$), el desempeño ($a^3 = ,266$) y el éxito competitivo ($a^1 = 0.348$). Se concluye, por tanto, que la mayoría de hipótesis nulas se rechazan.

Javed et al. (2019) en su estudio: *The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and firm financial performance: Moderating role of responsible leadership. [Los efectos de la responsabilidad social corporativa en la reputación corporativa y el desempeño financiero de la empresa: rol moderador del liderazgo responsable]*. (Artículo científico). Se formuló como propósito establecer la influencia de la responsabilidad social en la reputación y en el desempeño, con el liderazgo como mediador. La investigación fue explicativa, diseño no experimental y corte transeccional. La muestra se conformó por 224 gerentes paquistaníes y se usó la encuesta como

técnica. Los resultados demostraron que las acciones sociales ejercen un efecto significativo y positivo en la reputación corporativa ($\beta = 0.184$, $p < .05$) y el desempeño financiero ($\beta = 0.376$, $p < 0.01$). Asimismo, ambas relaciones fueron moderadas negativamente por el liderazgo responsable.

2.1.2. A nivel nacional

Zapata (2021) en su tesis: *Relación entre responsabilidad social empresarial con la imagen hacia la reputación de una minera de Cajamarquilla*, tuvo como objetivo establecer la asociación entre ambas variables. Entre los aspectos metodológicos, se identifica un nivel correlacional, diseño no experimental y corte transeccional. La muestra estuvo constituida por 25 sujetos y se utilizó la encuesta como técnica. Los resultados desplegaron que, el nivel es alto para la responsabilidad social (64,3%) y la reputación (58,3%). En el plano inferencial, la responsabilidad social y la reputación se relacionan significativamente ($Rho = ,812$; $p < ,000$); así como también junto con sus dimensiones: Económica ($Rho = ,721$; $p < ,000$), ético-legal ($Rho = ,732$; $p < ,000$) y filantrópica ($Rho = ,728$; $p < ,000$).

Morales et al. (2020) en su estudio titulado: *Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los clientes de Sodimac en Lima, 2020*. (Artículo científico). Se planteó como finalidad averiguar la responsabilidad social en la citada empresa. Metodológicamente, fue descriptivo, no experimental y corte transeccional. La muestra estuvo constituida por 79 clientes y se aplicó como instrumento, el cuestionario. Los resultados evidenciaron que la responsabilidad social fue calificada en un nivel moderado; así como también para sus dimensiones: Económica (74.7%), ética (77.2%), filantrópica (70.9%) y legal (69.6%). Por ende, se identifica la variable y sus aspectos en el grado moderado.

Ortega (2020) en su tesis: *El impacto de la responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa de las organizaciones privadas*; se rigió por el objetivo de describir las prácticas de responsabilidad social y su apoyo a la reputación corporativa de LATAM Airlines Perú. Metodológicamente, adoptó un enfoque cualitativo, diseño no experimental y corte transaccional. La muestra estuvo conformada por subgerente, analistas, y jefes, a quienes se les aplicó entrevista, la encuesta y el mapeo. Los hallazgos evidenciaron que las iniciativas sociales no contribuyen con la reputación corporativa; además de que los encuestados afirmaron valorar más la calidad de servicio que las actividades relativas a la responsabilidad social.

Wong et al. (2019), en su investigación titulada: *Los programas de responsabilidad social empresarial y su impacto en la Imagen Corporativa en una empresa azucarera*. (Artículo científico). Se propuso como objetivo definir el efecto de la responsabilidad social en la imagen corporativa de la mencionada empresa. El estudio presentó un nivel explicativo, diseño no experimental y corte transversal. Se dispuso de la colaboración de 380 residentes de Casa Grande; a quienes se les administró el cuestionario. Los resultados explicitaron una asociación alta, directa y significativa entre ambas variables según la percepción de los evaluados ($Rho = ,762$; $p = ,000$). Del mismo modo, respecto a la regresión lineal, influye a través de sus dimensiones: $Imagen\ Corporativa = -1.27 + 0.23 * Valores\ y\ Transparencia + 0.56 * Proveedores + 0.60 * Consumidores + 0.55 * Comunidad + 0.60 * Gobierno\ y\ Sociedad$. En conclusión, se rechaza la hipótesis nula.

Arbulú (2019) en su estudio titulado: *El gobierno corporativo como insumo para una buena reputación corporativa*. (Artículo científico). Se enunció como propósito reconocer a participación de la dirección corporativa sobre la reputación. La investigación fue cualitativa, no experimental y corte transversal. Aplicado a una muestra de literatura científica a través del análisis documental. Los resultados desplegaron que el gobierno corporativo emerge ante la exigencia de contrarrestar las dificultades de gestión y actuaciones de escasa responsabilidad social que comprometen la reputación organizacional. El gobierno corporativo concreta su aporte mediante un estudio de los valores y procesos que impliquen proveer un trato justo y equitativo. Se concluye que el gobierno corporativo para una reputación corporativa.

2.1.3. A nivel local

De la revisión de los antecedentes en el ámbito local, no se encontraron fuentes que se pudieran tomar en cuenta para el desarrollo de la investigación.

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Responsabilidad social

2.2.1.1. Definición

Dado que la misión y visión de las organizaciones sugieren una orientación a los usuarios que recurren a sus servicios; conciben necesario enfocarse en la responsabilidad social, la cual se conceptualiza como un constructo que integra las actitudes y acciones de orden social y medioambiental en sus funciones institucionales y en su interacción con sus grupos de interés de manera voluntaria. En consecuencia,

se produciría una alineación a las políticas sobre los valores sociales. (Islam et al., 2021, pp.124-125)

En términos más amplios, también ha sido conceptualizado como un compromiso perenne sobre el cumplimiento de las conductas éticas y admisibles que favorezcan el desarrollo sostenible y auspicien la optimización del bienestar de sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general; generando una resonancia social. Su importancia para las instituciones permite inferir que dicha actividad no es de naturaleza accesoria o adicional de las operaciones organizacionales, sino que representa una central que se incluye en su imagen como entidad. (Riano & Yakovleva, 2019, p.106)

Además de los efectos que han sido nombrados respecto a la responsabilidad social de una organización; entraña la formación de una cultura cívica que se distingue por la cordialidad, la amabilidad, el respeto y la satisfacción laboral; en tanto promueve la confianza entre los empleados y el área directiva que beneficia el desempeño adecuado. Por otro lado, fomentaría la longevidad organizacional por alcanzar una consistente y congruente comprensión de las necesidades de los potenciales beneficiarios; así como también supone un aumento en la productividad. (Román y Olaguer, 2018, p.28)

2.2.1.2. Principios del global impact

Hace 20 años, frente a las urgentes problemáticas sociales y ambientales que requerían una pronta intervención, la ONU propuso diez principios para generar un equilibrio en el mundo velando por los derechos humanos, el trabajo digno, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Esto implica no sólo no cometer actos que vulneren los derechos, sino también evitar ser cómplices de su violación. Por otro lado, involucra la aceptación y fomento de la libertad de asociación y negociación colectiva. Por tanto, hace dos décadas la ONU planteó diez principios para equilibrar derechos humanos, trabajo digno, medio ambiente y anticorrupción, lo que implica no violar derechos ni ser cómplice de ello, y promover la libertad de asociación y negociación colectiva (Meibol et al., 2017, p.25)

En el ámbito laboral, el desarrollo sostenible abarca la abolición del trabajo forzoso, la contribución a la eliminación del trabajo infantil y la erradicación de prácticas discriminatorias en el empleo. En iniciativas ambientales, implica adoptar un enfoque preventivo que apoye el medio ambiente. De igual modo en la creación y desarrollo de tecnologías. Finalmente, en la lucha contra la corrupción, las actividades deben promover la elaboración de directrices para empresas que guíen el desarrollo de conductas responsables y acordes a las legislaciones, influyendo en el desarrollo

sostenible. En resumen, el desarrollo sostenible en el ámbito laboral busca eliminar el trabajo forzoso e infantil y la discriminación, apoyar el medio ambiente, desarrollar tecnologías responsables y luchar contra la corrupción mediante directrices para promover conductas éticas en las empresas (Meibol et al., 2017, pp.25-26)

2.2.1.3. Teoría del desarrollo organizacional

El enfoque teórico se perfila como un marco explicativo que señala principalmente las irregularidades y falencias en el terreno de la gestión; de tal forma que inste a una reestructuración del sistema organizacional. Asimismo, resalta que una cualidad imprescindible para toda institución es la flexibilidad dado que deben modular sus decisiones y acciones en función a los cambios acontecidos en el entorno; pudiendo suponer una ruptura a los paradigmas convencionales en el sector. En ese escenario, cabe mencionar a las propuestas organizacionales que apuntan a la sustentabilidad y el cuidado ambiental; demandas que son impulsadas por el gobierno y la sociedad actual. (Almeida y Arrechavaleta, 2018, pp.88-89)

Por otro lado, la teoría se funda elementalmente en tres conceptos: el liderazgo, el aprendizaje organizacional y la cultura organizacional ya que alude a la sinergia entre los componentes tangibles e intangibles de la entidad como el personal y la filosofía institucional; posibilitando una planificación y la implementación de las intervenciones teniendo en cuenta lo que se busca específicamente lograr y los beneficios que producirá. En este punto, se subraya que las iniciativas sociales hayan sido entendidas exitosamente no únicamente por la institución sino por la población. (Herrera et al., 2020, p.97)

Además, los valores y principios a considerar en las disposiciones de la responsabilidad social; ponderando el quehacer en pro de la verdad, la libertad y la justicia, procurando el bien común, la equidad y las intenciones de solidaridad con las causas. Tal proceder organizacional trasciende las imposiciones legales puesto que atañe más a la voluntariedad de las entidades (Acosta-Véliz et al., 2018, pp.108-112).

2.2.1.4. Modelo de responsabilidad social

El sistema teórico de la variable que direccionará la evaluación de la responsabilidad social, se forja a partir de la revisión de la literatura actual; componiéndose finalmente de tres dimensiones: Ética, planeamiento participativo y la protección y conservación. Cada una de ellas, a su vez, posee sus respectivos indicadores y será detallado en los párrafos sucesivos:

Ética: Normativa integrada por directrices que se justifican en el compromiso social y ambiental de una institución a fin de coadyuvar a su desarrollo. Tales principios se derivan del cuestionamiento y de la reflexión de los distintos matices problemáticos en la ciudadanía. (Orozco, 2020, pp.78-79). Tiene como indicadores al código de ética y al código de conducta.

Código de ética: Configuración de juicios de valor que regulan las actividades e interacciones entre los miembros de la institución y el departamento directivo a efectos de que operen en consonancia con los objetivos previstos sin contradecir los preceptos morales Contribución de la ética ambiental y empresarial a las organizaciones. (Ovalles et al., 2018, p.63)

Código de conducta: Es un documento donde figuran los derechos básicos y los estándares mínimos a los que una organización declara comprometerse a respetar en sus relaciones laborales, comunitarias y medioambientales (Campos et al., 2019, p.105).

Planeamiento participativo: Se refiere a la inclusión de la ciudadanía en el diseño de estrategias que orientarán los procesos de diagnóstico, atención, elaboración y ejecución de programas; evaluando el grado de responsabilidad compartida en la toma de decisiones y la transparencia de información sobre los proyectos socioambientales. (Núñez y Pedroza, 2019, p.91). Los indicadores son conocimiento de problemática e inclusión ciudadana.

Conocimiento de problemática: Se refiere a los aspectos detallados sobre los problemas más significativos desde la perspectiva de los ciudadanos y que sean informados por estos a la institución a través de encuestas, el buzón de sugerencias, entre otros medios (Arias-Castrillón, 2020, p.303).

Comunicación: Proceso humano que implica la transmisión y expresión de mensajes que constituyen el modo de pensar y sentir personal y/o colectivo; representando un recurso útil para la concreción de metas grupales (Traverso et al., 2017, p.3).

Protección y conservación: Hace alusión al uso de herramientas con la finalidad de promover las prácticas de iniciativas sociales y el manejo racional de los recursos acorde a los lineamientos del desarrollo sostenible; contemplando los predicamentos políticos como la democracia participativa y la equidad social (Morell & Villalba, 2020, p.417). Los indicadores son compromiso social y compromiso medioambiental.

Compromiso social: Se refiere a la resolución voluntaria de una organización en aras de brindar servicios que convengan para la consecución de un trato digno al generar un mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes mediante programas de salud, educación, esparcimiento y espacios seguros (Olaya, 2020, p.2).

Compromiso medioambiental: Concierno a la búsqueda de una administración eficiente de los recursos naturales a fin de asegurar el bienestar poblacional; lo cual involucra el mantenimiento de los ciclos vitales, las acciones de reciclaje, la protección de la biodiversidad (Chimborazo et al, 2017, p.915).

2.2.2. Reputación corporativa

2.2.2.1. Definición

La reputación corporativa, se fija y se conceptualiza en el prestigio y depende principalmente de las percepciones u opiniones de sus usuarios y un grupo de interés que posee la entidad. La reputación es la fiabilidad y autenticidad de la entidad conforme a la percepción de una variedad de partes interesadas e involucradas, además, este aspecto afecta directamente en la calificación y valoración de la organización, es decir, es necesario en parte la reputación como un medio de medición del valor de una organización, por ende, la importancia de mantener una reputación de una organización para su reconocimiento es primordial. Prosiguiendo con la premisa la reputación corporativa también se refiere como la situación social y económica que aporta la superioridad a una organización, aquello nace como resultado de la equiparación entre organizaciones afiliadas y demás organizaciones ejecutadas por usuarios y empelados (Cua et al., 2017, p.633).

Esta reputación corporativa se basa principalmente en la suma de percepciones externas y ajenas sobre la empresa, refiriéndose no solo a los valores organizacionales y opiniones de sus representantes, sino también a los intereses, conexiones y percepciones de todos respecto al tema, permitiendo tener una relación. directa o indirecta con la entidad. En un contexto basado en la reputación corporativa, es esencial que las empresas se posicionen positivamente en el área, porque una alta determinación y orientación aumenta el interés y énfasis en que los empleados contribuyan significativamente al prestigio de la organización. Además, la reputación es un factor que puede impactar negativamente en el reconocimiento, preferencia y competitividad de las empresas. En resumen, la reputación corporativa depende de las

percepciones externas, el posicionamiento positivo y el aporte de los empleados, influyendo en el éxito de la empresa (Brown et al., 2020, p.2).

La reputación corporativa es vista como una ventaja competitiva y una evaluación continua del comportamiento y desempeño de una empresa a lo largo del tiempo. Por tanto, los componentes claves de la reputación son la calidad y confiabilidad de los servicios, también parámetros y referencias existentes que guían las decisiones de los usuarios para elegir una empresa. Es así que, los usuarios se guían continuamente por las opiniones y perspectivas de otros, y la confianza que depositan es hacia empresas con buena reputación. Por ende, una excelente reputación aumenta la confianza de los usuarios en la institución, influyendo en su satisfacción y lealtad. Además, la reputación juega un papel importante en las etapas de servicio al establecer y mantener relaciones con los usuarios, lo que lleva a una respuesta positiva de su parte hacia el servicio de la empresa (Wallenburg et al., 2016, p.2).

La reputación corporativa es considerada como un factor que moldea la percepción u opinión de los usuarios sobre el servicio brindado, porque esta reputación juega un papel importante y crucial en la estructuración del comportamiento futuro de los usuarios, donde la confianza entra como un factor determinante en el juicio final de los usuarios sobre si la entidad brinda servicios confiables. Así, la fiabilidad y seguridad son esenciales para que el servicio percibido por el usuario no sea considerado como un servicio de riesgo alto, generando incertidumbre con el servicio brindado, en sí, la reputación corporativa se desenvuelve a partir de una serie de procesos largos de conducta y rendimiento organizacional desde el pasado hasta el presente dando juicio a las partes interesadas.

Implicancias de la reputación corporativa

La reputación corporativa se refiere a la percepción que tienen los usuarios de un servicio confiable proporcionado por una entidad, donde la entrega confiable del servicio significa que la organización entrega el servicio según lo prometido y que es más probable que la persona regrese a la organización para realizar con garantías el servicio ofrecido. Los usuarios del tiempo consideran la reputación de una organización como un factor para la selección y continuación del servicio, por ello, los beneficiarios califican la reputación de una institución de cinco maneras, así como; buena reputación, respeto de la organización a los ojos de las partes interesadas, calidad de la organización en la mente de los beneficiarios, el estado de la propia organización y si la organización tiene una reputación suficiente entre los usuarios (Parnitzke, 2017, p.134).

La reputación corporativa es el rostro, expresión y representación de una organización en manos de terceros y/o miembros de la institución, es decir, es un aspecto de demostración sentimental de acciones y desarrollos pasados. Asimismo, son las características que indican el probable comportamiento de una institución; para muchos la reputación de una entidad representa una barrera entre competidores, siendo este el origen de la ventaja competitiva; porque cuando la satisfacción y experiencia de los usuarios ante el servicio brindado por una entidad es bueno, las sensaciones y opiniones sobre la empresa serán más que beneficiosas para el fortalecimiento de la misma, además el tiempo y la experiencia adquirida en este lapsus será una fuente de información, y esta reputación aún puede formarse aunque no se esté experimentado directamente con el público, siempre y cuando se transmita oralmente, medios de comunicación o otros medios de difusión, que permitan a la organización tener un impacto significativo en sus usuarios sobre la percepción de la entidad (Erbay & Esatoglu, 2017, p.599).

Teoría de la reputación corporativa de Fombrun

Fombrun fue un autor pionero en el tema de la reputación corporativa. Para él, es un concepto subjetivo, que puede definirse como el juicio colectivo (agregado) sobre la efectividad de una empresa, comparando sus acciones pasadas y proyecciones futuras con base en un patrón preestablecido. Considerando que la reputación corporativa se centra como una percepción agregada de los grupos de interés internos y externos, es posible concluir que debe existir una calificación de reputación única para cada empresa, a diferencia de la imagen e identidad organizacional, que pueden ser distintas. Una de las principales contribuciones, radica en su descripción como el juicio colectivo de una organización por parte de los observadores, basado en evaluaciones financieras, sociales y ambientales realizadas a lo largo del tiempo (Pires & Trez, 2018, p. 53).

Basada en aspectos teóricos ha manifestado que una buena reputación señala fiabilidad y excelencia en su calidad de servicio, por tanto, en su mayoría las organizaciones han incluido proveedores de atención, considerando la reputación como un componente desencadenador importante que en su defecto puede aumentar o disminuir el rendimiento de la atención a través de preferencias. Esta implementación de servicios está íntimamente relacionado con las relaciones humanas, por ende, es necesario cuantificar la reputación en consonancia de la percepción de los usuarios, y al mismo tiempo generar confianza manteniendo los compromisos con los usuarios los cuales son las partes interesadas, en tanto, la reputación es el resultado de las percepciones, juicios

y opiniones subjetivas acumulativas de las partes interesadas a lo largo del tiempo (Turay et al., 2017, p.135).

En ese sentido, desde el contexto teórico, la reputación de una entidad es formarse tomando en cuenta todas las partes interesadas que se encuentran dentro y fuera de la organización, ya que, las percepciones y opiniones de las partes interesadas difieren de las otras, para los centros de atención desarrollar y conservar una reputación es mucho más difícil que en las otras, ya que el tema de interés es importante y meticuloso, siendo el cuidado de las personas el tema de servicio, dónde la calidad y contenido del servicio brindado priman. Estos siempre son afectados por la calidad del personal y gestión, la fiabilidad de sus servicios, eficiencia comunicativa con su entorno y el conjunto de principios de los cuales son responsables ante el público. Organizaciones como call center que desea obtener una reputación sólida y de alto nivel requieren tener y proporcionar una excelente gestión, actuar con responsabilidad social, tener un poder económico fuerte y una sólida red de contactos con las partes interesadas (Erbay & Esatoglu, 2017, p.591).

Atractivo emocional

Cuánto agrada, admira y respeta la entidad u organización por parte de diversos públicos. Esto parte a partir de que la institución pública, a partir de la labor que realiza se genere un respeto por parte de la población, generando una mejor percepción de las actividades y la gestión que realiza la institución en beneficio de la comunidad (Kaya, 2019, p.272).

Impacto. Es el grado de beneficio percibido por la población en base al uso de los proyectos y obras entregadas por parte de la comuna a la ciudadanía, y como ello se ve reflejado en un mejor desarrollo económico y social (Morstadt y Bello, 2018, p. 108).

Admiración y respeto. Es aquel sentimiento que el ciudadano percibe a raíz de la gestión que viene llevando la entidad pública en beneficio de la población (Raga-Rosaleny, 2021, p. 9).

Confianza. Es la sensación que transmite la institución en base al cumplimiento de las obras prometidas y su cumplimiento en tiempo y calidad (Rivera, 2019, pp. 556-557).

Servicios

Percepciones de la calidad, innovación, valor y confiabilidad de los bienes y servicios de la entidad. Todo ello, es representado por el valor público, los servicios y las obras que

viene desarrollando la entidad en favor y beneficio de los ciudadanos. No solamente en base a la entrega de obras concluidas, sino que estos deben contar con la calidad respectiva a fin de otorgar una mayor confiabilidad a la labor que realiza la comuna para la población (Kaya, 2019, p.272).

Calidad de servicio. Es el grado en el que los servicios de la entidad satisfacen o sobrepasa las necesidades o expectativas de la población, y que estos están acordes a lo ofrecido por la comuna en un inicio (Ganga et al., 2019, p. 671).

Innovación. Es un cambio novedoso que busca obtener mejores resultados para los usuarios, y que se ha implementado (García et al., 2021, p. 101).

Solución de problemas. Es la capacidad que tiene los altos funcionarios a fin de identificar las principales carencias de la población, así como desplegar estrategias para mejorar el desarrollo económico como social de la población (Zona-López y Giraldo-Márquez, 2017, p. 125).

Visión y liderazgo

Cuánto demuestra la organización una visión clara y un liderazgo sólido y qué tan bien se gestiona. Todo ello se percibe a partir de como las altas instancias de la institución pública vienen realizando sus actividades y que estos se cumplan dentro de los plazos y especificaciones de las obras prometidas. Del mismo modo, que se percibe a partir de la capacidad de identificación por parte de la municipalidad para ofrecer servicios que realmente requiera los ciudadanos (Kaya, 2019, p.272).

Liderazgo en orientación a usuarios. Es la capacidad que tiene los funcionarios en guiar y coordinar con las áreas que realizan sus actividades directamente con la población a fin de ofrecer un mejor servicio (Álvarez et al., 2021, p. 1808).

Liderazgo organizacional. Es la percepción que tiene la población sobre el manejo interno de la municipalidad, la cual es evaluada en base a la forma de atención del personal (Pedraja-Rejas et al., 2020, p. 5).

Apreciación de respeto. Es la sensación generalizada de la población sobre la gestión que viene realizando la municipalidad adecuadamente y que se perciba mayor ejecución del presupuesto que derive en mayores obras (Peiró, 2021).

Entorno laboral

Es la percepción que tiene la población sobre el ambiente del colaborador en la institución, esto puede percibirse a partir de la atención recibida por parte de la población en la gestión documentaria o la atención directa con trabajadores de atención al público, por lo que bajo esa óptica es que se puede tener una mejor comprensión del entorno de trabajo que tiene el colaborador de la institución (Kaya, 2019, p.272).

Comunicación interna. Es la percepción de la población sobre la efectividad que tiene las diferentes áreas y trabajadores para el cumplimiento de sus actividades (Charry, 2018, pp. 26-27).

Compromiso. Es la percepción de la disposición de los trabajadores de realizar una adecuada atención y servicio a la población (Coronado-Guzmán et al., 2020, p. 3).

Responsabilidad del colaborador. Es la actitud que tiene el trabajador a fin de realizar su trabajo correctamente a las disposiciones alcanzadas (Franco et al., 2017, p. 115).

Horarios de atención adecuados. Es la percepción del cumplimiento del horario de atención para la población para realizar las diferentes gestiones que pudiese tener los ciudadanos (Real Academia Española, RAE, s.f.).

CAPÍTULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1. Ubicación política

El distrito de Shamboyacu se encuentra administrado políticamente por la Municipalidad Distrital, siendo uno de los 10 que conforman la provincia de Picota en el departamento de San Martín, a cargo del Gobierno Regional de San Martín.

3.1.2. Ubicación geográfica

En un plano geográfico, la Municipalidad distrital se sitúa en el distrito de Shamboyacu, que pertenece a la provincia Picota y esta, a su vez, corresponde al departamento de San Martín. En el contexto de la investigación, la población de beneficiarios del distrito de Shamboyacu ascendió a 8,554 (Repositorio Único Nacional de Información en Salud [Reunis], 2022).

3.1.3. Periodo de ejecución

La investigación se llevó a cabo durante el periodo 2023.

3.1.4. Autorizaciones y permiso

En aras de la ejecución de la presente investigación, se solicitó el respectivo permiso a la directiva de la Municipalidad distrital de Shamboyacu a efectos de acceder a los beneficiarios de las obras realizadas por la institución y así poder administrar los cuestionarios. Se informó sobre el propósito del estudio y las coordinaciones que se precisarían para su desarrollo. Por último, se produjo el requerimiento de la autorización de universidad a fin de desarrollar el presente estudio esta se aceptó por intermedio de la Resolución N° 214 – 2022 – UNSM/FCE-D/NLU.

3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad

No aplica.

3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales

El investigador afirmó que su trabajo se adhirió a los estándares éticos fundamentales de la investigación, siguiendo en particular las directrices establecidas por la Comisión Nacional para la Protección de los Sujetos Humanos en Investigaciones Biomédicas y de Comportamiento, tal como se detalla en el Informe Belmont. Estos principios incluyen el respeto por la dignidad e integridad de las personas, el principio de beneficencia mediante la reducción de riesgos para los participantes y la promoción de un tratamiento

equitativo y justo para todos los que participaron en la investigación. De esta manera, el investigador se aseguró de que el estudio respetara estos principios éticos esenciales (Lara & Pompa, 2018, p.100).

3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variables principales

Variable independiente: Responsabilidad social.

Variable empírica 1: Dimensión ética, que posee como indicadores al código de ética y al código de conducta.

Variable empírica 2: Dimensión planeamiento participativo, contiene como indicadores al conocimiento de problemática y a la comunicación.

Variable empírica 3: Dimensión protección y conservación, consta del compromiso social y del compromiso medioambiental.

3.2.2. Variables secundarias

Variable dependiente: Reputación corporativa.

Variable empírica 1: Dimensión atractivo emocional, que tiene como indicadores al impacto, la admiración y respeto; y la confianza.

Variable empírica 2: Dimensión servicios, cuenta con los indicadores calidad en el servicio, innovación y solución de problemas.

Variable empírica 3: Dimensión visión y liderazgo, tiene como indicadores al liderazgo en orientación a usuarios, al liderazgo empresarial y a la apreciación de respeto.

Variable empírica 4: Dimensión entorno laboral, contiene como indicadores a la comunicación interna, al compromiso, a la responsabilidad del colaborador y a los horarios de atención adecuados.

Tabla 1

Descripción de variables por objetivo específico

Objetivo específico Nº 1: Evaluar el grado de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Responsabilidad social	Ética, planeamiento participativo y protección y conservación.	Cuestionario	Ordinal

Tabla 2*Descripción de variables por objetivo específico*

Objetivo específico Nº 2: Detallar el grado de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Reputación corporativa	Atractivo emocional, servicios, visión y liderazgo, y entorno laboral.	Cuestionario	Ordinal

Tabla 3*Descripción de variables por objetivo específico*

Objetivo específico Nº 3: Establecer la asociación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Atractivo emocional	Impacto, la admiración y respeto; y la confianza.	Cuestionario	Ordinal

Tabla 4*Descripción e variables por objetivo específico*

Objetivo específico Nº 4: Definir la relación entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Servicios	Calidad en el servicio, innovación y solución de problemas.	Cuestionario	Ordinal

Tabla 5*Descripción e variables por objetivo específico*

Objetivo específico Nº 5: Averiguar cómo la responsabilidad social se asocia con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Visión y liderazgo	Liderazgo en orientación a usuarios, al liderazgo empresarial y a la apreciación de respeto.	Cuestionario	Ordinal

Tabla 6*Descripción e variables por objetivo específico*

Objetivo específico Nº 6: Hallar la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Entorno laboral	Comunicación interna, al compromiso, a la responsabilidad del colaborador y a los horarios de atención adecuados.	Cuestionario	Ordinal

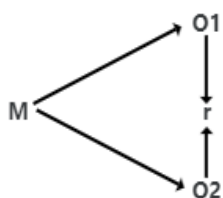
3.3. Procedimientos de la investigación

La investigación fue tipificada como aplicada en tanto que consiste en la implementación de alternativas de soluciones prácticas destinadas a un problema concreto, ya sea de índole económica, social, educativa, sanitaria, entre otros; de tal modo que se averigüe su eficacia (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica [Concytec], 2020, p.5). Así, se estableció la asociación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

La investigación se ubicó en el nivel correlacional, que se orienta a la formulación y descripción de las relaciones entre dos o más variables o condiciones; no obstante, vale agregar que la asociación no admite una interpretación de causa-efecto. Asimismo, recurre a procedimientos estadístico-inferenciales para concretar la contrastación de hipótesis. (Ramos, 2020, p.3).

El estudio operó de acuerdo a un diseño no experimental, el cual se distingue por su no manipulación deliberada de datos. Su propósito, más bien, reposa en la recolección y análisis de datos; evitando la intervención de ocurrencias fenomenológicas en la realidad. (Hernández y Mendoza, 2018, p.175). Por consiguiente, en la presente investigación, las variables no fueron objeto de manipulación.

Por otro lado, relativo al corte de investigación, fue de tipo longitudinal; dado que se recolectaron los datos en diferentes momentos del tiempo (Hernández y Mendoza, 2018, p.180). Por esta razón, el estudio recopiló datos durante el periodo del 2018 - 2021. Para esta investigación, fue determinado la correlación entre las variables de estudio y se empleó el esquema siguiente:



Donde:

- M : Muestra
- O1 : Responsabilidad social.
- O2 : Reputación corporativa.
- r : Relación.

En cuanto a la población, Castro (2019) define a la población como un conjunto finito o infinito de elementos, sean personas u objetos, que comparten atributos considerados relevantes para la investigación. Esto se debe a que se relacionan con el problema a estudiar y los objetivos planteados (p.53). En consecuencia, la población estuvo instituida por 8,554 beneficiarios de las obras de la entidad municipal de Shamboyacu entre 2018 hacia el 2021.

La muestra es conceptualizada por Sánchez et al. (2018) quienes definen la muestra como un conjunto de datos o personas que representan una sección de una población específica, elegida mediante técnicas probabilísticas o no probabilísticas, con el objetivo de examinar algunas características de dicha población (p.93).

De conformidad con lo manifestado, la muestra se determinó aplicando el método probabilístico para el cual se utilizó la fórmula estadística enunciada, por lo que la muestra estuvo integrada por 368 beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu durante el periodo del 2018 - 2021.

Donde:

N :	Tamaño de la población	=	8554
Z _{1-α/2} :	Z de (1- α /2)	=	1.96
p :	Probabilidad de éxito	=	0.9
q :	Probabilidad de fracaso	=	0.1
d :	Margen de error	=	0.05
n :	Muestra	=	??

95%	
Z =	1.96
E =	0.05
p =	0.9
q =	0.1
N =	8554
n =	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (8554)}{(8554-1) (0,05)^2 + (1.96)^2 (0,50) (0,50)}$
n	368

Por consiguiente, la muestra estuvo conformada por un total de 368 beneficiarios de las obras efectuadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

El estudio usó como técnica la encuesta, la cual es recurrentemente elegida por los investigadores debido a que viabiliza una fácil, práctica y versátil aplicación en tanto se puede llevar a cabo vía telefónica, por correo; así como también en modalidad presencial o por internet. (Espinoza, 2019, p.177).

Respecto al instrumento, se empleó el cuestionario que, como afirma Carhuancho et al. (2019), consta de preguntas escritas basadas en un evento o temática en particular y que responden a la intención del investigador por obtener información (p.66).

Para la presente investigación, se optó por dos cuestionarios que serán descritos a continuación:

- Cuestionario de Responsabilidad Social de elaboración propia: Consta de 16 ítems distribuidos en 3 dimensiones: Ética, planeamiento participativo y protección y conservación. Los ítems se califican en una escala Likert de 5 valores: 1.-Totalmente en desacuerdo 2.- En desacuerdo 3.- Indiferente 4.- De acuerdo y 5.- Totalmente de acuerdo. La sumatoria se categoriza en 3 niveles: Bajo, promedio y alto.
- Cuestionario de Reputación Corporativa de construcción propia: Contiene 23 ítems en 4 dimensiones: Atractivo emocional, servicios, visión y liderazgo y entorno laboral. Se califica en una escala Likert de 5 valores: 1. Nunca 2.- Casi nunca 3.- A veces 4.- Casi siempre y 5.- Siempre. La sumatoria se categoriza en 3 niveles: Bajo, regular y alto.

En resumen, se utilizaron dos cuestionarios de elaboración propia con escala Likert, uno de responsabilidad social y otro de reputación corporativa, cada uno con varias dimensiones. Las evaluaciones se categorizan en 3 niveles de medición.

3.3.1. Objetivo específico 1

Se realizó el tratamiento estadístico-descriptivo y los resultados fueron organizados en tablas en aras de una óptica clara y comprensible, para ello, se creó una base de datos en Microsoft Excel y la importamos al programa estadístico SPSS. Del análisis que se realizó, se pudo determinar el nivel de responsabilidad social para decidir si se acepta o no la hipótesis.

3.3.2. Objetivo específico 2

Se realizó el tratamiento estadístico-descriptivo y los resultados fueron organizados en tablas en aras de una óptica clara y comprensible, para ello, se creó una base de datos

en Microsoft Excel y la importamos al programa estadístico SPSS. Del análisis que se realizó, se pudo determinar el grado de reputación corporativa para decidir si se acepta o no la hipótesis.

3.3.3. Objetivo específico 3

En cuanto a los análisis estadístico-inferenciales, se optó por el programa estadístico SPSS, hallando si los datos poseen una distribución normal y seleccionando la prueba de correlación apropiada, en este caso fue el Rho de Spearman, de esta manera se estableció la asociación entre responsabilidad social y el atractivo emocional, con el fin de brindar una perspectiva transparente y comprensible, los resultados se ordenaron en tablas.

3.3.4. Objetivo específico 4

En cuanto a los análisis estadístico-inferenciales, se optó por el programa estadístico SPSS, hallando si los datos poseen una distribución normal y seleccionando la prueba de correlación apropiada, en este caso fue el Rho de Spearman, de esta manera se definió la relación entre responsabilidad social y servicios, con el fin de brindar una perspectiva transparente y comprensible, los resultados se ordenaron en tablas

3.3.5. Objetivo específico 5

En cuanto a los análisis estadístico-inferenciales, se optó por el programa estadístico SPSS, hallando si los datos poseen una distribución normal y seleccionando la prueba de correlación apropiada, en este caso fue el Rho de Spearman, de esta manera se averiguó cómo la responsabilidad social se asocia con la visión y liderazgo, con el fin de brindar una perspectiva transparente y comprensible, los resultados se ordenaron en tablas

3.3.6. Objetivo específico 6

En cuanto a los análisis estadístico-inferenciales, se optó por el programa estadístico SPSS, hallando si los datos poseen una distribución normal y seleccionando la prueba de correlación apropiada, en este caso fue el Rho de Spearman, de esta manera se estableció la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral, con el fin de brindar una perspectiva transparente y comprensible, los resultados se ordenaron en tablas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultado del objetivo específico 1

Tabla 7

Nivel de responsabilidad social

Calificación	Rango		Frecuencia	%
	Desde	Hasta		
Bajo	16	37	58	16%
Promedio	38	59	204	55%
Alto	60	80	106	29%
Total			368	100%

En la tabla 7, se evidenció que el nivel de responsabilidad social de la entidad municipal de Shamboyacu es predominantemente promedio, de conformidad la percepción del 55% de los beneficiarios. Tal resultado obedeció a que, para los encuestados, las autoridades municipales cumplen, por lo general, con un comportamiento ético promedio respecto a los fondos públicos buscando la transparencia. Asimismo, consideraron que los representantes municipales alientan algunas veces a que la ciudadanía participe en el planteamiento de iniciativas.

4.2. Resultado del objetivo específico 2

Tabla 8

Nivel de reputación corporativa

Calificación	Rango		Frecuencia	%
	Desde	Hasta		
Bajo	23	54	72	20%
Regular	55	86	159	43%
Alto	87	115	137	37%
Total			368	100%

Como se expone en la tabla 8, según el 43% de los beneficiarios encuestados el nivel de la reputación corporativa de la entidad municipal de Shamboyacu se califica como, principalmente, regular. El hallazgo respondió a factores como la calidad de los servicios provistos por la entidad, si bien no superaron las expectativas de los beneficiarios, parecen ajustarse a sus necesidades. De este modo, la gestión municipal pudo haber contribuido positivamente a que los ciudadanos experimenten confianza y respeto hacia la institución pública nombrada.

Antes de hacer extensivos los hallazgos producto del tratamiento estadístico-inferencial, se requirió el análisis de la normalidad de los datos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos. Para corroborar el hallazgo de este procesamiento fue necesario determinar la prueba correlacional idónea.

Tabla 9*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Ética	.082	368	.000
Planeamiento participativo	.063	368	.001
Protección y conservación	.067	368	.000
Responsabilidad social	.064	368	.001
Atractivo emocional	.097	368	.000
Servicios	.087	368	.000
Visión y liderazgo	.100	368	.000
Entorno laboral	.106	368	.000
Reputación corporativa	.106	368	.000

Según la tabla 9, se observará que todos los valores de la prueba de Kolmogórov-Smirnov (KS) indican que tanto las variables responsabilidad social y reputación corporativa como sus respectivas dimensiones no siguieron una distribución normal ($p < .05$). Por lo tanto, se descubrió que la prueba correlacional adecuada a aplicar fue Rho de Spearman, ya que esta prueba no requiere normalidad en los datos.

4.3. Resultado del objetivo específico 3

Tabla 10*Relación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional*

			Atractivo emocional	
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1.000	.725**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	368	368

** Se tiene una significancia menor al margen de 1%.

En la tabla 10, se observó que existe un vínculo positivo y significativo entre la responsabilidad social hacia el atractivo emocional de dicha entidad municipal durante los periodos anteriormente mencionados ($Rho = 0.725$, $p = 0.000$). Por lo tanto, se estimó que a medida que se fortalezcan las prácticas de responsabilidad social de la entidad

con la ciudadanía, aumentará el atractivo emocional e imagen corporativa de dicha institución, validándose así la hipótesis específica planteada.

4.4. Resultado del objetivo específico 4

Tabla 11

Relación entre la responsabilidad social y los servicios

				Servi cios
		Coefficiente de correlación	1.000	.737*
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Sig. (bilateral)	.	.000
		N	368	368

** Se tiene una significancia menor al margen de 1%.

En la tabla 11, se apreció que la responsabilidad social se asocia de manera directa y significativa hacia los servicios del municipio de Shamboyacu, durante los periodos anteriormente mencionados ($Rho=.737$, $p=.000$). Por tanto, se consideró que, en tanto se fomente la efectiva responsabilidad social de la institución pública, se incrementa la eficacia de los servicios proporcionados por la entidad. En ese sentido, se corroboró la hipótesis específica provista.

4.5. Resultado del objetivo específico 5

Tabla 12

Relación entre la responsabilidad social y la visión y liderazgo

				Visión y liderazgo
		Coefficiente de correlación	1.000	.722**
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Sig. (bilateral)	.	.000
		N	368	368

** Se tiene una significancia menor al margen de 1%.

En la tabla 12, se observó que la responsabilidad social se vincula positiva y significativamente con la visión y liderazgo en el municipio de Shamboyacu ($Rho=.722$, $p=.000$). Por ende, mientras se afiance la eficacia de las acciones responsables socialmente por parte de la entidad pública, asciende el nivel de desempeño en términos de liderazgo y en la proyección institucional. Así, se confirmó la hipótesis específica enunciada.

4.5. Resultado del objetivo específico 6

Tabla 13

Relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral

				Entorno laboral
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1.000	.727**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas).

En la tabla 13, se obtuvo que la responsabilidad social se relaciona directa y significativamente con el entorno laboral en el municipio de Shamboyacu ($Rho=.727$, $p=.000$). Por lo tanto, mientras se promueva el grado de responsabilidad social de la institución pública, se optimiza la dinámica laboral de la entidad nombrada. En esa línea, se reafirmó la hipótesis específica provista.

4.6. Resultado general

Tabla 14

Relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa

				Reputación corporativa
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación	1.000	.736**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel .01 (2 colas).

En la tabla 14, se reconoció que la responsabilidad social se asocia directa y significativamente con la reputación corporativa del municipio de Shamboyacu ($Rho=.736$, $p=.000$). En consecuencia, en tanto se promueva la ejecución de comportamientos efectivos que se enmarquen en una política de responsabilidad social, se favorece la imagen corporativa de la entidad estatal mencionada. Por ende, se corroboró la hipótesis general establecida.

Discusión

El análisis descriptivo inferencial ha permitido dar respuesta a los objetivos planteados al inicio de la investigación, de esta manera, se realizó la discusión utilizando las fuentes bibliográficas e investigaciones previas.

En respuesta al primer objetivo específico, describir el nivel de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios, se evidenció que para el 55% es mayoritariamente promedio. Este resultado pudo ser producto de que las autoridades municipales en general se adhieren a un comportamiento ético promedio con respecto a los fondos públicos que buscan la transparencia, según los encuestados. También se pudo tener en cuenta el hecho de que los funcionarios municipales invitan ocasionalmente a los vecinos a participar en el desarrollo de iniciativas.

En concordancia con lo descrito, en el estudio llevado a cabo por Morales et al. (2020), se concluyó que la responsabilidad social alcanzó un nivel moderado en materia de iniciativas que se circunscriben a ámbitos como el económico, ético, filantrópico y legal. De esta manera, la entidad demostró un desenvolvimiento que todavía presenta falencias para ser alto, pero llega a cubrir las expectativas básicas de los beneficiarios; así como ocurrió en la Municipalidad distrital de Shamboyacu. La congruencia de los resultados se enfatizó con el lineamiento teórico del desarrollo organizacional ya que toda institución parte de un enfoque y objetivos delimitados, considerando una población concreta. Así, los miembros de la entidad pretenden realizar sus funciones sinérgicamente según preceptos éticos (Acosta-Véliz et al., 2018, pp.108-112). Por tanto, los hallazgos demostraron que los beneficiarios de las entidades todavía no se encuentran muy satisfechos con su rendimiento institucional; requiriéndose de una evaluación más profunda que averigüe oportunidades de mejora.

Respecto al segundo objetivo específico, detallar el grado de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios, el 43% la calificó como mayoritariamente regular. Esto pudo responder a factores como la calidad de los servicios de la entidad, que, si bien no cumple con las expectativas de los beneficiarios, parece ser de un nivel lo suficientemente alto como para que sea efectiva. Así, la gestión municipal pudo contribuir así positivamente a que la institución pública en cuestión se ganara el respeto y la confianza de la población.

En consonancia con lo detallado, en el estudio llevado a cabo por Loopamudra (2021), quién formuló como conclusión que, en líneas generales, las entidades examinadas tenían una reputación corporativa de nivel promedio; lo cual indicaría que la imagen percibida sobre las instituciones no es altamente favorable como se quisiera.

La coincidencia de los hallazgos podría fundamentarse en la Teoría de la reputación corporativa de Fombrun, autor que postuló que la población que observa el desempeño de las instituciones, consolida su percepción a través de la identificación de patrones que se sostienen en el tiempo; es decir, cómo las autoridades acostumbran proceder en

términos de proyectos sociales y ambientales (Pires & Trez, 2018, p.53). A raíz de lo precedente, es posible afirmar que las expectativas de la población acerca del rol de la entidad y su contraste con su quehacer en la realidad puede conllevar a una postura relativamente persistente de aprobación o desaprobación de la institución, dependiendo de que sus iniciativas produzcan resultados eficaces.

En relación al tercer objetivo específico, establecer la asociación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios, se visualizó que se relacionan con un $Rho = .725$ y un $p = .000$. En consecuencia, se prevé que a medida que la entidad fortalece sus relaciones con los ciudadanos, también mejorará la reputación corporativa; validándose la hipótesis específica planteada.

En compatibilidad con lo encontrado, en la investigación de Zapata (2021), se concluyó que la responsabilidad social se vinculó positiva y significativamente con la labor ético-legal (ρ de Spearman = .732; $p < .000$) y con la filantrópica (ρ de Spearman = .728; $p < .000$). Si bien la variable evaluada no es precisamente la de atractivo emocional, es necesario esclarecer que los ciudadanos pueden resultar particularmente conmovidos cuando una entidad genera actividades que connoten una preocupación por el bienestar social, estando aparentemente desligado de intereses referentes a la conveniencia como, por ejemplo, acontece en el panorama de elecciones gubernamentales y la generosidad responde más a conseguir votos.

De esta manera, tal como lo señala Meibol et al. (2017), la población afronta una serie de problemáticas que demandan una intervención urgente en el ámbito social y medioambiental. Así, la Organización de las Naciones Unidas insta la participación de instituciones a salvaguardar los derechos humanos, luchar contra la corrupción y la protección del medioambiente; previniendo, además, ser cómplices de tales flagelos (p.25). Por ende, la ciudadanía puede demostrar interés y focalizar su atención en entidades que evidencien un compromiso consistente, genuino y diligente, llegando a operar con instituciones con credibilidad y una imagen aceptable ante la sociedad.

En cuanto al cuarto objetivo específico, definir la relación entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los beneficiarios, se encontró una relación entre ambas con un ρ de Spearman = .737 y un $p = .000$, por ende, se cree que la efectividad de los servicios que ofrece la entidad se incrementará en la medida en que se promueva la responsabilidad social efectiva de la entidad, corroborándose la hipótesis específica provista.

De forma medianamente incompatible, en el estudio de Ortega (2020), se concluyó que las iniciativas sociales no coadyuvaron con el mejoramiento de la reputación corporativa; no obstante, destacaron que la calidad de servicio fue muy valorada por los encuestados mas no las relacionadas con la responsabilidad social de tal manera que, aparentemente, los ciudadanos están más centrados en las intervenciones que solucionen problemas concretos.

Los resultados estarían explicados por el planteamiento de Parnitzke (2017), quien indicó que la reputación corporativa es catalogada como relevante en tanto los servicios que ofrezcan las entidades se correspondan con ciertos estándares de calidad de manera continua y que reflejen el compromiso institucional frente a los usuarios; fomentando el respeto y admiración por parte de la población que se beneficia de tales servicios (p.134). Así, se reconoce que aquellas entidades que aspiran a instauran y reforzar efectivamente su papel e imagen ante la sociedad, necesitan enfatizar en que los servicios otorgados sean coherentes con las necesidades de la población objetivo y, por tanto, sean útiles.

Respecto al quinto objetivo específico, averiguar cómo la responsabilidad social se asocia con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios, se halló una relación entre ambas con un rho de Spearman=.722 y un $p=.000$, como resultado, las acciones socialmente responsables de la entidad pública se vuelven más efectivas y también mejoran en términos de liderazgo y proyección institucional, de este modo, se apoyó la hipótesis específica.

En consonancia con lo detallado, en la investigación de Wong et al. (2019), se formuló como conclusión que la responsabilidad social repercute significativamente en los valores y en la transparencia de la entidad. En ese sentido, las actividades que apunten a la responsabilidad social pueden afectar positivamente en la misión y visión que ostente la entidad.

Tales hallazgos se complementan con el lineamiento teórico dispuesto por Riano & Yakovleva (2019), quienes aluden que la responsabilidad social compromete una suerte de eco o resonancia de naturaleza social al comportar el ejercicio de conductas éticas en aras de un desarrollo sostenible que vele por la seguridad de los involucrados (p.106). Por tanto, la responsabilidad social no actuaría como una variable meramente accesoria en la organización puesto que acrecentaría una reputación pertinente ante la sociedad; tomando en cuenta que la percepción de sus beneficiarios es precisamente el punto que justifica, en parte, su existencia y funcionamiento

En relación al sexto objetivo específico, hallar la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios, se encontró una relación entre ambas con un coeficiente correlacional rho de Spearman=.727 y un $p=.000$, como resultado, se optimiza la dinámica laboral de la mencionada entidad a la vez que se promueve el nivel de responsabilidad social de la entidad. Así se confirmó la hipótesis específica que se había ofrecido.

En congruencia con lo manifestado, en la investigación desarrollada por Singh & Misra (2021), se llegó a la conclusión de que la responsabilidad social y el desempeño organizacional eficaz se asociaron positiva y significativamente, implicando la relevancia de la reputación corporativa. Así, la dinámica existente en la entidad puede involucrar una visión de cuidado que no únicamente englobaba a los beneficiarios sino a sus empleados, de cuyo rendimiento depende la consecución de resultados que justamente representan los avances de la visión institucional convertida en práctica.

De la misma manera lo postulan Román y Olaguer (2018), autores para quienes la responsabilidad social demanda de la formación y promoción de una cultura cívica en la organización, caracteriza por interacciones basadas en principios de convivencia como la cordialidad y el respeto a fin de que alcancen la satisfacción laboral y se desenvuelvan exitosamente. Además, auspiciaría el conocimiento y la consiguiente comprensión de las necesidades de los beneficiarios (p. 28). De este modo, una institución que posee como meta un compromiso con el bienestar de sus beneficiarios, debe tener construir unas directrices claras y precisas que orienten el abordaje de sus empleados para que sean evaluados, capacitados y retroalimentados periódicamente.

Finalmente, en cuanto al objetivo general, determinar la relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios, se encontró un valor rho de Spearman de 0.736 y un valor de significancia de 0.000. En ese sentido, se prioriza la imagen corporativa de la referida entidad estatal cuando se promueva la adopción de conductas efectivas que sean parte de una política de responsabilidad social. Así se apoyó la hipótesis general formulada.

Tras la revisión de la literatura científica, se detectaron investigaciones realizadas cuyos resultados coincidieron con los distinguidos en el presente estudio, afianzando la hipótesis general que fue confirmada. Una de las investigaciones es la de Gallardo-Vázquez et al. (2019), quienes aseveraron como conclusión que la responsabilidad social repercute significativamente en la reputación corporativa ($R^2 =.398$); añadiendo en favor de un mayor entendimiento, que también ejerce un impacto en la innovación y

el desempeño; lo cual cobra coherencia si se acentúa el papel de la creatividad y el desenvolvimiento estratégico de la organización con la finalidad de lograr en ajuste en las actividades institucional, aportando alternativas novedosas y, por ende, atractivas para los beneficiarios.

Por otro lado, en el estudio efectuado por Islam et al. (2021), se formuló una conclusión similar ya que se identificó una influencia significativa de la responsabilidad social sobre la reputación ($t=19.40$; $p<.001$) y esta, por su parte, en la fidelidad del usuario ($t=03.74$; $p<.001$) como una medida de satisfacción. Por ello, el rol de la entidad debe comprender funciones coordinadas y alineadas a los objetivos institucionales si su misión consiste en demostrar con hechos un desempeño íntegro, racional y estratégico, de tal manera que refleje su interés por brindar un servicio social y, así, la institución sea percibida favorablemente puesto que opera según un arraigo ético y de compromiso cívico.

Las conclusiones expuestas son coincidentes con las nociones aportadas por Erbay & Esatoglu (2017), donde se explicita la importancia de que las instituciones enfaticen en estimular una percepción positiva y aprobatoria por parte de los beneficiarios, basándose en su abordaje social y medioambiental; aunado a la línea proyectivas, es decir, a dónde apuntan de acuerdo a una política de mejora continua, fomentando su atractivo. Además, tomar en cuenta que las entidades pueden ser juzgados por los resultados y sus acciones efectivas para que la población esté satisfecha y, al emplear los servicios brindados, obtengan una experiencia plausible (p.599).

Asimismo, se evidenció que los postulados concuerdan con la postura teórica de Fombrun, donde se señala que la reputación corporativa se vincula directamente con una excelente confiabilidad y calidad de los servicios. En ese sentido, la imagen institucional reposa en el desenvolvimiento organizacional ajustado a criterios de eficiencia y eficacia; además de que, cuando los usuarios perciben con aceptación a la entidad, es probable que busquen recomendarla o, simplemente, proporcionar una opinión favorable a otras personas, pudiendo influir en la reputación corporativa de individuos que todavía no conocen la institución y/o que han utilizado sus servicios. Cabe destacar que los usuarios estarán más fidelizados con la entidad mientras la calidad de sus servicios persista en el tiempo, denotando un compromiso sostenido (Turay et al., 2017, p.135)

A partir de cuanto se ha informado con antelación, se apreció el papel trascendente de la satisfacción de los beneficiarios; la cual obedece a factores relativos al ejercicio de las actividades de los miembros que componen la entidad y una política institucional que se traduzca en medidas de solución que produzcan resultados rápidos y de calidad en

aras de la optimización del bienestar de los usuarios. Además, tales acciones deben ser coherentes y duraderas a fin de que se consolide la reputación corporativa ante los ciudadanos; habiendo impactado crucialmente en su vida diaria. Ciertamente, los individuos necesitan que las entidades demuestren un legítimo interés por trabajar para proteger sus derechos y sus condiciones de vida.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con el primer objetivo específico, se reconoce que el nivel de responsabilidad social en la Municipalidad distrital de Shamboyacu es promedio dando por aceptada la hipótesis alterna, en función a la percepción del 55% de los beneficiarios; ya que, para los encuestados, la entidad municipal tiene un cumplimiento ético y transparente promedio en el marco de la gestión del presupuesto público.
2. Según el segundo objetivo específico, se identifica que para el 43% de los beneficiarios, el nivel de la reputación corporativa de la Municipalidad distrital de Shamboyacu se cataloga predominantemente como promedio, dando por aceptada la hipótesis alterna; ya que responde hacia la calidad de los servicios dispuestos por la institución pública. Aunque estas no superan las expectativas de los beneficiarios, parece adecuarse a sus necesidades detectadas. Por tanto, se acepta la hipótesis alterna.
3. En concordancia con el tercer objetivo específico, la responsabilidad social se relaciona directa y significativamente con el atractivo emocional de la Municipalidad distrital de Shamboyacu. Así, se aprecia que, mientras se afianzan las actividades socialmente responsables con la ciudadanía, se favorece la imagen corporativa. En efecto se acepta la hipótesis alterna.
4. Respecto al cuarto objetivo específico, la responsabilidad social se vincula positiva y significativamente con los servicios en la Municipalidad distrital de Shamboyacu. En ese sentido, si se promueve una adecuada responsabilidad social por parte de la entidad ascienda la calidad de los servicios otorgados por la misma. Por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna.
5. En torno al quinto objetivo específico, la responsabilidad social se asocia directa y significativamente con la visión y liderazgo en la Municipalidad distrital de Shamboyacu, en tanto se fomenten actividades responsables que coincidan con las políticas institucionales, se incrementa su rendimiento en materia de liderazgo y en la proyección institucional. Es así que, se acepta la hipótesis alterna.
6. En cuanto al sexto objetivo específico, la responsabilidad social se vincula positiva y significativamente con el entorno laboral en la Municipalidad distrital de Shamboyacu. En tanto se fortalezca la responsabilidad social de la institución

pública, se mejora el ambiente laboral de la entidad. De modo que, se acepta la hipótesis alterna.

7. De conformidad con el objetivo general, la responsabilidad social se asocia directa y significativamente con la reputación corporativa de la Municipalidad distrital de Shamboyacu. De este modo, se estima que mientras se promueva el desarrollo e implementación de estrategias efectivas que se circunscriban en una política de responsabilidad social, se beneficia la imagen corporativa de la institución estatal. Es así que, se acepta la hipótesis alterna.

RECOMENDACIONES

1. Al departamento de Recursos humanos de la Municipalidad distrital de Shamboyacu, dialogar con el personal de la institución a fin de verificar que conocen y se identifican con la misión y visión de la entidad en torno a su papel de responsabilidad social para, posteriormente, llevar a cabo una intervención para informar y/o fortalecer el compromiso con tales lineamientos.
2. A la directiva de la Municipalidad distrital de Shamboyacu, designar a un personal capacitado para revisar sistemáticamente la respuesta de los usuarios en la página de la institución y en sus cuentas de redes sociales a fin de incrementar la interacción con los usuarios y poder atender sus consultas, sugerencias y quejas.
3. A la Municipalidad distrital de Shamboyacu, realizar procedimientos sistemáticos para encuestar a los beneficiarios y detectar sus necesidades oportunamente, así como también su satisfacción con los servicios, a fin de procurar elaborar intervenciones ajustadas al presupuesto disponible, monitorear su ejecución y examinar su eficacia.
4. A la Municipalidad distrital de Shamboyacu, entrenar y supervisar al personal a cargo de brindar los servicios a los beneficiarios, de tal modo que no solo cumplan con un perfil competencial a nivel de conocimiento y habilidades especializadas, sino que pueden ofrecer un trato paciente, amable y diligente a los usuarios.
5. A la Municipalidad distrital de Shamboyacu, evaluar permanentemente el desenvolvimiento de los miembros que tienen a cargo subordinados para otorgarles sesiones de retroalimentación donde se reconozcan ciertas falencias y oportunidades de mejora en el abordaje del personal que ellos supervisan, pudiendo ejecutar una función de liderazgo basado en el respeto y en la comunicación asertiva.
6. A la Municipalidad distrital de Shamboyacu, organizar actividades de integración donde participe todo el personal, incluyendo a los miembros de la directiva, con la finalidad de que interactúen al margen de las actividades laborales y puedan afianzarse la calidad de sus relaciones mediante juegos, celebración de cumpleaños, entre otros.

7. A la alta dirección y al departamento de Comunicación de la Municipalidad distrital de Shamboyacu, se les recomienda desarrollar e implementar una estrategia de comunicación integral que promueva las iniciativas de responsabilidad social de la municipalidad. Esto incluye la creación de campañas de sensibilización y divulgación sobre los proyectos sociales en ejecución y sus impactos positivos en la comunidad, con el fin de asegurar un alcance amplio e igual que efectivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta-Véliz, M., Lovato-Torres, S. & Buñay-Cantos, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Ajayi, O. & Mmutle, T. (2021). "Corporate reputation through strategic communication of corporate social responsibility". *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 1-15. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2020-0047>
- Almeida, M. & Arrechavaleta, C. (2018). Responsabilidad social empresarial sus limitaciones en el contexto académico universitario. *Revista Cubana de Educación Superior*, 37(2), 87-103. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142018000200007&lng=es&tlng=es.
- Álvarez, L., Pérez, M., Rodríguez, J. & Palomino, G. (2021). La Atención al usuario en los sistemas de Salud. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1806-1819. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.384
- Arbulú, J. (2019). El gobierno corporativo como insumo para una buena reputación corporativa. *Review of Global Management*, 4(1), 57-69. <https://doi.org/10.19083/rgm.v4i1.920>
- Arias-Castrillón, J. (2020). Plantear y formular un problema de investigación: un ejercicio de razonamiento. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(1), 301-313. <https://doi.org/10.22507/rli.v17n1a4>
- Brown, E., Palka, J., Helm, S. & Kulikova, A. (2020). The relative importance of reputation and pride as predictors of employee turnover in an academic medical center. *Health Care Management Review*, 11(1), 1-10. https://journals.lww.com/hcmrjournal/Abstract/9000/The_relative_importance_of_reputation_and_pride_as.99628.aspx
- Campos, S., Velázquez, J. & Pelayo, M. (2019). La Responsabilidad Social Corporativa en el sector ganadero: Caso San Miguel, municipio de Villa Purificación, Jalisco. *Revista Visión Contable*(19), 103-122. <https://doi.org/10.24142/rvc.n19a6>
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M. & Casana, K. (2019). *Metodología de la investigación holística*. UÍDE.

- Castro, E. (2019). Bioestadística aplicada en investigación clínica: conceptos básicos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 50-65. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2018.12.002>
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.
- Chimborazo, L., Vaca, H., Pazmiño, M. & Cepeda, R. (2017). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible: un estudio exploratorio en consumidores y empresas de calzado de la provincia de Tungurahua. *Revista Publicando*, 4(12), 905-920. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/972>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (Concytec, 2020). *Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo experimental (I+D)*. Concytec. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2187>
- Coronado-Guzmán, G., Valdivia-Velasco, M., Aguilera-Dávila, A. & Alvarado-Carrillo, A. (2020). Compromiso Organizacional: Antecedentes y Consecuencias. *Conciencia Tecnológica*(60), 1-15. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94465715006>
- Cua, S., Moffatt, S. & White, S. (2017). Reputation and the Best Hospital Rankings: What Does It Really Mean? *American Journal of Medical Quality*, 32(6), 632–637. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1062860617691843>
- Erbay, E. & Esatoglu, A. (2017). Reputation management in healthcare. *Kliment Ohridski University Press*, 1(1), 591-610. https://www.researchgate.net/publication/321887918_Reputation_Management_in_Healthcare
- Espinoza, E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Conrado*, 15(69), 171-180. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000400171&lng=es&tlng=pt.

- Franco, M., Espinoza, C. & Pérez, M. (2017). La responsabilidad social empresarial y su vínculo con la gestión del talento humano en las organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 9 (1), 114-119. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus16117.pdf>
- Gallardo-Vázquez, D., Valdez-Juárez, L. & Castuera-Díaz, A. (2019). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. *Sustainability*, 11(5614), 1-28. <https://doi.org/10.3390/su11205614>
- Ganga, F., Alarcón, N. & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- García, A., Echeverri, A. & Vieira, J. (2021). Responsabilidad social corporativa y gobernanza: una revisión. *Revista Universidad Y Empresa*, 23(40). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9389>
- García, J., Tumbajulca, I. & Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción*, 12(22), 99-110. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education.
- Herrera, J., Vásquez, M. & Ochoa, E. (2020). La evolución de la responsabilidad social empresarial a través de las teorías organizacionales. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 24(2), 82-104. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2020.24.02.003.es>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI, 2018). *Perú: Percepción Ciudadana sobre Gobernabilidad, Democracia y Confianza en las Instituciones. Setiembre 2017–Febrero 2018*. INEI. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-percepcion-gobernabilidad-abril-2018.pdf>
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M. & Mubarak, M. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019>

- Islama, T., Islamb, R., Hameed, A., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfane, M. & Shujaat, M. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019>
- Javed, M., Rashid, M. & Ali, H. (2019). The effects of corporate social responsibility on corporate reputation and firm financial performance: Moderating role of responsible leadership. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1395-1409. <https://doi.org/10.1002/csr.1892>
- Kaya, G. (2019). Examining The Effects Of Dimensions Of Corporate Reputation On Firm Performance. *Conference: Joint Conference ISMC 2018-ICLTIBM 2018 - 14th International Strategic Management Conference & 8th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management*, 1(1), 270-280. https://www.researchgate.net/publication/330685815_Examining_The_Effects_Of_Dimensions_Of_Corporate_Reputation_On_Firm_Performance
- Lara, Y. & Pompa, M. (2018). Ética en la investigación en educación médica: Consideraciones y retos actuales. *Investigación educ. médica*, 7(26), 99-108. <https://doi.org/10.22201/facmed.2007865x.2018.26.04>.
- Loopamudra, N. (2021). The Impact of Corporate Social Responsibility on Reputation: A Study on Top 100 Companies Operating in India. *Metamorphosis*, 20(2), 99-105. <https://doi.org/10.1177/09726225211051866>
- Meibol, L., Vasquez, C., Pérez, J., García, E. & Scrich, A. (2017). Consideraciones teóricas acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en el contexto ecuatoriano. *Revista ESPACIOS*, 38(61), 20-28. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n61/a17v38n61p20.pdf>
- Morales, H., Pomachagua, F. & Lazo, N. (2020). Responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los clientes de Sodimac Lima, 2020. *Revista De Investigación Valor Agregado*, 7(1), 45-54. <https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1416>
- Morell, E. & Villalba, A. (2020). Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable de la ciudad de Pilar; Una mirada desde la percepción de los estudiantes universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 413-430. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.88

- Morstadt, J. & Bello, M. (2018). Indicadores de impacto social para evaluación de proyectos de vinculación con la colectividad. *ECONÓMICAS CUC*, 39(1), 105-116. <https://doi.org/10.17981/econcuc.39.1.2018.07>
- Núñez, L. & Pedroza, R. (2019). Responsabilidad social y participación ciudadana en una municipalidad distrital de Lima Metropolitana. *REVISTA GOBIERNO Y GESTIÓN PÚBLICA*, 6(2), 85-100. <https://doi.org/10.24265/iggp.2019.v6n2.07>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación: Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la Tesis (5ta ed.)*. Ediciones de la U.
- Olaya, S. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como complemento organizacional. *Adversia*(24), 1–9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/343092>
- Organización de las Naciones Unidas. (ONU, 2021). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2021*. Naciones Unidas. https://unstats.un.org/sdgs/report/2021/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2021_Spanish.pdf
- Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac journal*, 20(1), 76-105. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>
- Ortega, H. (2020). *El impacto de la responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa de las organizaciones privadas*. [Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15954>
- Ovalles, L., Carvajal, P., Chaustre, D., Espinoza, S., Sepúlveda, Y. & González, J. (2018). Contribución de la ética ambiental y empresarial a las organizaciones. *Mundo Fesc.*, 8(15), 62-72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6638702>
- Parnitzke, K. (2017). First, do no harm: institutional betrayal and trust in health care organizations. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 10(1), 133–144. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5388348/pdf/jmdh-10-133.pdf>
- Pedraja-Rejas, L., Marchioni-Choque, Í., Espinoza-Marchant, C. & Muñoz-Fritis, C. (2020). Liderazgo y cultura organizacional como factores de influencia en la calidad universitaria: un análisis conceptual. *Formación universitaria*, 13(5), 3-14. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000500003>

- Peiró, R. (03 de mayo de 2021). *Ejemplos de respeto*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/ejemplos-de-respeto.html>
- Pires, V. & Trez, G. (2018). Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance. *Revista de Gestão*, 25(1). <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/REG-11-2017-005/full/html>
- Raga-Rosaleny, V. (2021). Una ciencia admirable: filosofía y admiración en Descartes. *Filosofía Unisinos. Unisinos Journal of Philosophy.*, 22(3), 1-12. <https://doi.org/10.4013/fsu.2021.223.08>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*(3), 1-6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Ramos-Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*(3), 1-6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Real Academia Española. (RAE, s.f.). *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. RAE. <https://dle.rae.es/horario>
- Repositorio Único Nacional de Información en Salud. (Reunis, 2022). *Estadística poblacional*. Minsa. http://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp
- Riano, J. & Yakovleva, N. (2019). Encyclopaedia of the UN Sustainable Development Goals Book Series. En W. Walter Leal, A. Azul, L. Brandli, P. Gökcin, & T. Wall, *Corporate Social Responsibility* (págs. 106-117). Springer.
- Rivera, S. (2019). Confianza y participación política en América Latina. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 64(235), 555-583. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2019.235.65728>
- Román, E. & Olaguer, E. (2018). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el clima organizacional. *Revista ESPACIOS*, 39(14), 27-46. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p27.pdf>
- Sánchez, H., Reyes, C. & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.

<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

- Santa, L., Fajardo, C. & Macías, V. (2021). Responsabilidad Social Pública para contribuir a la consolidación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. *JURÍDICAS CUC*, 17(1), 211–252. <https://doi.org/10.17981/juridcuc.17.1.2021.08>
- Singh, K. & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100139>
- Transparencia Internacional. (08 de febrero de 2021). *Índice de percepción de la corrupción 2020*. Transparency International. https://images.transparencycdn.org/images/CPI2020_Report_EN_0802-WEB-1_2021-02-08-103053.pdf
- Traverso, P., Williams, B. & Palacios, I. (2017). *La comunicación efectiva como elemento de éxito en los negocios*. Samborondón: ECOTEC. <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/comunicacion-efectiva.pdf>
- Turay, T., Mohd, S. & Maruf, S. (2017). The impact of hospital reputation on patient loyalty. *Conference on Business Management*, 76(5), 133-139. <http://repo.uum.edu.my/23696/1/CBMM%202017%20133%20139.pdf>
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Cubana Salud Pública*, 43(4), 648-649. <http://www.revsaludpublica.sld.cu/index.php/spu/article/view/906/948>
- Wallenburg, I., Quartz, J. & Bal, R. (2016). Making Hospitals Governable. *Administration & Society*, 1(1), 1-27. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0095399716680054>
- Wong, H., Torres, E. & Gutiérrez, A. (2019). Los programas de responsabilidad social empresarial y su impacto en la Imagen Corporativa en la Empresa Azucarera Casa Grande - 2018. *YACHAQ*, 1(2), 117-144. <https://doi.org/10.46363/yachaq.v1i2.72>
- Zapata, R. (2021). *La relación de la responsabilidad social empresarial con la imagen y la reputación de una minera de Cajamarquilla para la Asociación Saracoto Alto*,

Lima – 2021. [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/68932>

Zona-López, J. & Giraldo-Márquez, J. (2017). Resolución de problemas: escenario del pensamiento crítico en la didáctica de las ciencias. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 13(2), 122-150.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134154501008>

ANEXOS

Anexo N° 01. Matriz de consistencia

Título: Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es el nivel de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Objetivos específicos Describir el nivel de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p>	<p>Hipótesis general Existe una relación significativa entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Hipótesis específicas Existe un nivel promedio de responsabilidad social desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de</p>	Responsabilidad social	Ética	Código de ética	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel: Correlacional.</p> <p>Diseño: No experimental.</p> <p>Población: 8554</p> <p>Muestra: 368</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>
					Código de conducta	
				Planeamiento participativo	Conocimiento de problemática	
					Comunicación	
				Protección y conservación	Compromiso social	
					Compromiso medioambiental	
			Reputación corporativa	Atractivo emocional	Impacto	
					Admiración y respeto	
					Confianza	
				Servicios	Calidad en el servicio	
					Innovación	
					Solución de problemas	
Visión y liderazgo	Liderazgo en orientación a usuarios					
	Liderazgo empresarial					
	Apreciación de respeto					

<p>¿Cuál es el grado de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p> <p>¿Cuál es la asociación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los</p>	<p>Detallar el grado de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Establecer la asociación entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Definir la relación entre la responsabilidad social y servicios desde la perspectiva de los</p>	<p>Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Existe un grado regular de reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Existe una asociación significativa entre la responsabilidad social y el atractivo emocional desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Existe una relación significativa entre la responsabilidad social y servicios desde la</p>		Entorno laboral	Comunicación interna	
					Compromiso	
					Responsabilidad del colaborador	
					Horarios de atención adecuados	

<p>beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p> <p>¿Cómo se asocia la responsabilidad social con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021?</p>	<p>beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>Averiguar cómo la responsabilidad social se asocia con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021</p> <p>Hallar la relación entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p>	<p>perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p> <p>La responsabilidad social se asocia significativamente con la visión y liderazgo desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021</p> <p>Existe una relación significativa entre la responsabilidad social y el entorno laboral desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

Anexo N° 02. Instrumentos de recolección de datos
Cuestionario de responsabilidad social

Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021

¡Cordial saludo!

Nos dirigimos a usted, solicitando su colaboración, a fin de recolectar los datos requeridos para la finalización del proyecto, el cual tiene como finalidad determinar la relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada una de las afirmaciones y la responda marcando una X frente a la fila según sea el caso de su elección:

Edad: Sexo.....Fecha.....

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	ITEMS	RESPUESTA				
		1	2	3	4	5
Ética						
1	Conoce el código de conducta de la municipalidad distrital de Shamboyacu.					
2	La municipalidad cuenta con una normativa ética que dirija sus acciones.					
3	Siente que las autoridades de la municipalidad distrital de Shamboyacu están interesadas en sus ciudadanos.					
4	Considera que la municipalidad distrital de Shamboyacu es una institución corrupta.					
5	Cree que puedo confiar en la municipalidad distrital de Shamboyacu.					
Planeamiento participativo		1	2	3	4	5
6	A la Municipalidad distrital de Shamboyacu le importa conocer nuestra opinión respecto a su gestión.					
7	Piensa que a la municipalidad le interesa saber nuestras necesidades y expectativas.					
8	Le parece que la municipalidad distrital informa regularmente sobre sus actividades.					

9	Cree que la toma de decisiones hecha por la municipalidad distrital de Shamboyacu se fundamenta en su conocimiento de los problemas principales del distrito.					
10	Considera que la municipalidad distrital de Shamboyacu incluye al momento de valorar qué programas son más urgentes.					
Protección y conservación						
11	La municipalidad distrital de Shamboyacu desarrolla iniciativas en favor del bienestar de sus ciudadanos.					
12	La municipalidad es realiza proyectos creativos para impulsar las prácticas del cuidado del medioambiente.					
13	La municipalidad distrital de Shamboyacu contempla sanciones a quienes atenten contra la seguridad y la armonía en el espacio público.					
14	La municipalidad invierte en la preservación de las áreas verdes.					
15	La municipalidad distrital de Shamboyacu construye obras públicas como la reparación de calles y veredas.					
16	La municipalidad distrital de Shamboyacu regula las condiciones de higiene de los mercados de la zona.					

¡Gracias por su participación!

Cuestionario de reputación corporativa

Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021

¡Cordial saludo!

Nos dirigimos a usted, solicitando su colaboración, a fin de recolectar los datos requeridos para la finalización del proyecto, el cual tiene como finalidad determinar la relación entre la responsabilidad social y reputación corporativa desde la perspectiva de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021.

Instrucciones: Lea cuidadosamente cada una de las afirmaciones y la responda marcando una X frente a la fila según sea el caso de su elección:

Edad:.....Sexo.....Fecha.....

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

N°	ÍTEMS	RESPUESTA			
		1	2	3	4
Atractivo emocional					
1	Siente simpatía por la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
2	Percibe sentimientos favorables por la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
3	Experimenta admiración por la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
4	Respeto a la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
5	Confía en las acciones que realiza la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
Servicios		1	2	3	4
6	La municipalidad distrital de Shamboyacu dispone de un equipo de trabajo calificado.				
7	Los trabajadores de la municipalidad están prestos a atenderle con amabilidad.				
8	Los empleados de la municipalidad distrital de Shamboyacu son competentes y están capacitados.				
9	Cuando solicita los servicios de la municipalidad distrital de Shamboyacu, se ha sentido satisfecho.				
10	Las instalaciones físicas y el sistema de atención de la				

	municipalidad distrital de Shamboyacu son adecuados.				
11	El servicio que se brinda es innovador.				
12	Está conforme con las respuestas de solución que otorgan para efectuar los trámites.				
Visión y liderazgo		1	2	3	4
13	Los colaboradores de la municipalidad distrital de Shamboyacu orientan positivamente las peticiones.				
14	Los trabajadores de la municipalidad distrital de Shamboyacu lideran al encontrar una solución en situaciones conflictiva frente a los usuarios.				
15	Observa un comportamiento ético y responsable de parte de los colaboradores de la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
16	Existe un respeto voluntario entre los empleados de la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
Entorno laboral		1	2	3	4
17	Los colaboradores de la municipalidad distrital de Shamboyacu demuestran empatía entre ellos.				
18	Percibe un clima laboral agradable en la municipalidad distrital de Shamboyacu.				
19	No he advertido que los trabajadores se comporten irrespetuosamente entre sí.				
20	Considera que la municipalidad distrital de Shamboyacu es una opción laboral aceptable.				
21	Siente que los trabajadores de la municipalidad distrital de Shamboyacu están comprometidos con el poblador.				
22	La municipalidad distrital de Shamboyacu cuenta con colaboradores responsables.				
23	Los horarios de atención de la municipalidad distrital de Shamboyacu son adecuados.				

¡Gracias por su participación!

Anexo N° 03: Confiabilidad de instrumentos**Tabla 15***Confiabilidad del Cuestionario de responsabilidad social*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.881	16

Tabla 16*Confiabilidad el Cuestionario de reputación corporativa*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,852	23

Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 – 2021

por Jhon Cristian Acuña Sinarahua

Fecha de entrega: 01-feb-2024 09:00a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2283701743

Nombre del archivo: corregido-obs_22.01.2024.docx (555.42K)

Total de palabras: 16930

Total de caracteres: 101374

Responsabilidad social y reputación corporativa de los beneficiarios de las obras realizadas por la Municipalidad Distrital de Shamboyacu 2018 - 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%	25%	5%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6%
3	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
7	press.religacion.com Fuente de Internet	1%
8	revistavirtual.ucn.edu.co Fuente de Internet	<1%