



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“INCIDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA INTERNACIONAL DE GMS CONSULTING SAC (LIMA – PERÚ)”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

Autora:

Lizeth Beatriz Molina Cuellar

Asesor:

Mg. Diego Armando Oré Leyva

Lima - Perú

2021

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar mi tesis a Dios, por permitirme lograr este objetivo en mi vida.

A mis padres por estar siempre a mí lado, por su apoyo incondicional, A mis hermanos, porque sé que celebran cada uno de mis logros.

A mi pareja por su apoyo constante y persistencia en motivarme a crecer profesionalmente, por no soltarme para seguir caminando de la mano.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar agradecimiento a cada uno de los maestros (mis jefes) por su gran aporte a mis conocimientos, durante mi carrera y en el tiempo que tengo trabajando con ellos.

Un agradecimiento especial a mi asesor por su guía, por los conocimientos impartidos y su tiempo brindado para la ejecución de esta investigación.

Y a todas las personas que colaboraron y motivaron para lograr mi objetivo.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
1.1. Realidad problemática .....	10
1.2. Formulación del problema.....	26
1.3. Objetivos.....	26
1.4. Limitaciones .....	27
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>28</b>
2.1. Tipo de investigación.....	28
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	29
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos .....	30
2.4. Procedimiento .....	31
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
3.1. Datos generales:.....	32
3.2. Análisis estadísticos e interpretación de la variable Independiente “Responsabilidad Social Empresarial” .....	34
3.3. Análisis estadísticos e interpretación de la variable dependiente “Imagen Corporativa Internacional” .....	38
3.4. Análisis estadísticos e interpretación de las encuestas a las Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de algunos clientes .....	41
3.5. Análisis e interpretación de las entrevistas .....	44
3.6. Indicador de cumplimiento de Responsabilidad Social Empresarial .....	45
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>46</b>
4.1 Discusión .....	46
4.2 Conclusiones.....	49
4.3 Recomendaciones .....	50
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>54</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Lista de posibles escenarios.....	13
Tabla 2: La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial.....	21
Tabla 3: Población de GMS Consulting SAC.....	29
Tabla 4: Área donde se desempeña en GMS o en su empresa.....	32
Tabla 5: Tiempo trabajando en o con la empresa GMS.....	33
Tabla 6: Rango de edades .....	34
Tabla 7: Desarrollo Económico .....	35
Tabla 8: Desarrollo Ambiental.....	36
Tabla 9: Desarrollo Social .....	38
Tabla 10: Imagen Corporativa – Posicionamiento.....	39
Tabla 11: Imagen Corporativa - Reputación.....	40
Tabla 12: Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes .....	41
Tabla 13: Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes – Impacto en Negocios Internacionales .....	43
Tabla 14: Resultados de las entrevistas .....	44
Tabla 15: Indicador de cumplimiento de Responsabilidad Social Empresarial .....	45
Tabla 16: Criterios de evaluación .....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Responsabilidad Social: 7 materias fundamentales.....	20
Figura 2: Dimensiones de Responsabilidad Social .....	22
Figura 3: Descomposición de las dimensiones de la imagen de marca según Brown y Dacin (1997).....	25
Figura 4. Áreas donde se desempeña en GMS (clientes internos).....	32
Figura 5. Tiempo trabajando en o con la empresa GMS .....	33
Figura 6. Rango de edades .....	34
Figura 7. Desarrollo Económico .....	35
Figura 8. Desarrollo Ambiental .....	37
Figura 9. Desarrollo Social .....	38
Figura 10. Imagen Corporativa – Posicionamiento .....	39
Figura 11. Imagen Corporativa - Reputación .....	40
Figura 12. Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes .....	42
Figura 13. Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes – Impacto en Negocios Internacionales.....	43

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXOS.....</b>	<b>54</b>
<b>Anexo N° 1. Matriz de consistencia .....</b>	<b>54</b>
<b>Anexo N° 2. Matriz de operacionalización de variable .....</b>	<b>55</b>
<b>Anexo N° 3. Encuestas aplicadas a los Stakeholders de GMS Consulting SAC .....</b>	<b>56</b>
<b>Anexo N° 4. Guía de entrevista los colaboradores de GMS Consulting SAC .....</b>	<b>59</b>
<b>Anexo N° 5. Entrevistas a los colaboradores de GMS Consulting SAC.....</b>	<b>60</b>
<b>Anexo N° 6. Ficha de análisis documental – Certificados de Calidad ISO 9001:2015.....</b>	<b>64</b>
<b>Anexo N° 7. Ficha de análisis documental – Certificados de Proceso de Homologación de Proveedores para el Grupo DP World .....</b>	<b>65</b>
<b>Anexo N° 8. Ficha de análisis documental – Certificados de Evaluación de Seguridad, Salud y Medio Ambiente .....</b>	<b>66</b>
<b>Anexo N° 9. Ficha de análisis documental – Certificados de Organización de Protección y Seguridad Reconocida por la Autoridad Portuaria Nacional.....</b>	<b>67</b>
<b>Anexo N° 10. Ficha de análisis documental – Informe ejecutivo Ámbito Financiero .....</b>	<b>68</b>
<b>Anexo N° 11. Ficha de análisis documental – Informe ejecutivo Ámbito Legal y RRHH.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexo N° 12. Ficha de análisis documental – Política de Seguridad Salud y Medio Ambiente .....</b>	<b>70</b>
<b>Anexo N° 13. Carta de presentación de Validación de instrumentos a través de juicio de expertos.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 14: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa .....</b>	<b>73</b>
<b>Anexo 15. Validación de Expertos – N°1.....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo 16. Validación de Expertos – N°2.....</b>	<b>78</b>
<b>Anexo 17. Validación de Expertos – N°3.....</b>	<b>80</b>
<b>Anexo N° 18. Imágenes de las entrevistas realizadas a los Colaboradores de GMS Consulting SAC .....</b>	<b>82</b>
<b>Anexo N° 19. Encuestas en Google Forms a los Stakeholders de GMS Consulting SAC .....</b>	<b>83</b>
<b>Anexo N° 20. Constancia de envío de correo electrónico solicitando encuestas a los Stakeholders de GMS Consulting SAC.....</b>	<b>84</b>
<b>Anexo N° 21. Constancia de envío de correo electrónico solicitando las entrevistas a los colaboradores de GMS Consulting SAC.....</b>	<b>85</b>

## RESUMEN

La Presente Tesis para obtener el Título profesional, titulada “Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC”, se desarrolló con el propósito de demostrar que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado importancia en la actualidad, debido a los nuevos retos que estamos afrontando como consecuencia de la globalización, las exigencias del desarrollo sostenible. Por ende, el desarrollo portuario debe ir de la mano con el crecimiento de la población y del país, si no podría provocar crisis sociales afectando la rentabilidad de los puertos y el Comercio Internacional, siendo no bien visto ante el Comercio Internacional, perjudicando la sostenibilidad de la actividad portuaria.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, descriptivo, La población de estudio está conformada por 68 stakeholders de GMS Consulting SAC. Los resultados más importantes de la investigación es la generación de un modelo que relaciona la RSE y la incidencia para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC dentro de la comunidad portuaria.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo económico, Desarrollo Social, Desarrollo Ambiental, Imagen corporativa, Reputación, Posicionamiento.



## ABSTRACT

The Present Thesis to obtain the Professional Title, entitled " Incidence of Corporate Social Responsibility to improve the International Corporate Image of GMS Consulting SAC", was developed with the purpose of demonstrating that Corporate Social Responsibility (CSR) has taken importance today, due to the new challenges we are facing as a result of globalization, the demands of sustainable development. Therefore, port development must go hand in hand with the growth of the population and the country, if it could not cause social crises affecting the profitability of ports and International Trade, being not well regarded by International Trade, damaging sustainability of port activity.

The study was developed under a mixed, descriptive correlational approach. The study population is made up of 68 stakeholders of GMS Consulting SAC. The most important results of the research is the generation of a model that relates CSR and incidence with the International Corporate Image of GMS Consulting SAC within the port community.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Economic Development, Social Development, Environmental Development, Corporate Image, Reputation, Positioning

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado importancia en la actualidad, debido a los nuevos retos que estamos afrontando como consecuencia de la globalización, las exigencias del desarrollo sostenible, la competitividad, los medios informativos y las redes sociales.

Los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial, remontan a finales de los años 50 debido a los conflictos mundiales de la época, las comunidades pensaban que por el trabajo con algunas empresas podían mantener y colaborar con sistemas políticos o económicos. Así es como el impacto de las empresas con su entorno la retribuyen a la sociedad, es donde la ética y los valores comienzan a ser tratados en las aulas universitarias generando debates académicos donde se cuestionan la finalidad de la empresa en términos de compensación social y se establecen las normas que garantizan las correctas prácticas comerciales.

En lo que se refiere a Latinoamérica, las primeras manifestaciones del movimiento de responsabilidad social se presentaron en la década de los sesenta así, en 1965 aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), que para 1977 mutaría a la ADCE UNIAPAC Brasil, que es una institución que se preocupa por difundir el concepto de la responsabilidad social no sólo en el Brasil, sino en toda la región. En la década de los ochentas el tema empieza a tener un mayor protagonismo en América Latina, desarrollándose seminarios y eventos. Así mismo, algunas empresas brasileras empiezan a utilizar de manera incipiente el Balance Social. En los noventas,

comienzan a aparecer una serie de instituciones promotoras del tema como Perú 2021 (ingresa en el tema 1996), el Instituto Ethos de Brasil (1998), Acción RSE (2000), Fundemás de El Salvador (2000), entre otras. En el año 1997 un grupo de 150 empresarios y líderes civiles representantes de diferentes regiones de las Américas, se reunieron en un congreso pionero en Miami donde se lanzó la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales de RSE y otras (ONG's, Universidades e Instituciones Públicas) consiguiendo así la creación de Forum Empresa. Actualmente, la red cuenta con 16 miembros y su sede se ubica en Santiago de Chile. (Guiliana Canessa & Emilio Garcia. 2005).

A lo largo de los últimos años, en el Perú han surgido un mayor número de empresas interesadas en el tema de RSE. Este cambio ha sido producto de una ardua y larga labor de sensibilización, difusión y viralización del concepto. Es así que la RSE en el Perú se viene canalizando a través de un conjunto de iniciativas que buscan abordar de forma práctica y efectiva este nuevo valor de conciencia empresarial. Inicialmente, las organizaciones que empezaron a aplicar estrategias de RSE fueron las transnacionales. El resultado fue positivo no solo porque lo integraron y comunicaron sino también porque empezaron a implementarlo dentro de su cadena de valor. Dentro de este nuevo enfoque, es importante señalar algunos cambios en el Perú que de alguna manera van a determinar las nuevas reglas de juego para las empresas, los cuales se explicarán a continuación. Por un lado, existe un nuevo gobierno que contempla el desarrollo conectado con políticas de sostenibilidad ambiental. Además, cabe resaltar que existe una política de incentivos a la innovación con fondos concursables y beneficios tributarios para empresas que desarrollen investigaciones que contribuyan al desarrollo del Plan de Diversificación Productiva (...).

La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú aún está en desarrollo, todavía hace falta que las organizaciones plasmen de manera asertiva sus programas y se logre mejores resultados. Sin embargo, no se puede desmerecer el hecho que poco a poco las organizaciones van comprendiendo que las políticas corporativas de sostenibilidad son fundamentales para mantenerse en el mercado. Se insta a las empresas a que más allá de los cumplimientos y presentación de reportes de sostenibilidad, deben buscar mayor efectividad en sus programas, que las metas y estrategias a implementar estén más alineadas con los requerimientos de sus grupos de interés, sobre todo, que se pueda monitorear y medir los indicadores del impacto generados para tomar mejores decisiones en los siguientes programas corporativos de responsabilidad social. Asimismo, las empresas deben seguir innovando utilizando herramientas adecuadas, captando al mejor talento humano, buscando alianzas estratégicas con otras organizaciones del sector público y privado logrando mayores sinergias para lograr mejores resultados (...). Finalmente, la sociedad civil es un pilar fundamental para seguir promoviendo las buenas prácticas de responsabilidad social en las organizaciones. Los consumidores, exigen cada vez más mayor información a las empresas, ya no se conforman con un buen producto, sino que el nivel de consciencia es más elevado y benefician con su preferencia a aquellas empresas que aparte de ofrecer un producto de calidad muestre de manera comprobada acciones socialmente responsables. La sociedad civil se identifica con diversos programas de responsabilidad social, cada vez hay mayor participación en los voluntariados corporativos, mayor compromiso en la búsqueda por mejorar la situación actual y ser agente de cambio. Sin duda, todavía queda un largo camino por recorrer en cuanto a la responsabilidad social empresarial en el Perú, el desafío es grande y se espera seguir construyendo bases sólidas para un futuro sostenible. (Madeleine Barbachan, 2017).

Asimismo, Los consumidores son atraídos por marcas y compañías con una buena reputación sustentada en temas de responsabilidad social, lo que incrementa el potencial de la empresa por incrementar sus ventas, atraer capital y asociados. La buena imagen de marca y reputación producen un posicionamiento positivo en la mente de los consumidores. Una buena reputación y un fuerte compromiso con los consumidores pueden generar lealtad y confianza lo que permite sobrellevar las épocas de crisis. Guiliana C. & Emilio G. (2005. p.35).

Por lo expuesto, el desarrollo portuario debe ir de la mano con el crecimiento de la población y del país, si no podría provocar crisis sociales afectando la rentabilidad de los puertos y el Comercio Internacional; Para las Instalaciones Portuarias es importante tener buenas relaciones con la comunidad portuaria, la población aledaña, los gremios de los trabajadores portuarios, sindicatos, entre otros, puesto que si alguno de los mencionados se siente afectado, hacen huelgas y/o paralizaciones, que impiden la entrada y salida de los camiones a las Instalaciones portuarias, viéndose obligados a suspender las operaciones o generando demora en la estadía de las naves ocasionando pérdidas económicas, por ende el Perú no sería bien visto para el Comercio Internacional, perjudicando imagen corporativa y la sostenibilidad de la actividad portuaria a nivel nacional.

**Tabla 1: Lista de posibles escenarios**

AMENAZA	ACCION	CONSECUENCIA
Destrucción de estructuras adyacentes a las instalaciones. o a buques por huelga o paro	Huelga de brazos caídos, Bloqueo de la instalación portuaria.	Paralización del comercio en la instalación portuaria.
Secuestro o captura de un buque o de personas a bordo.	Toma de rehenes. Captura de la nave.	Paralización del comercio en la instalación portuaria.
Ataques biológicos y químicos.	Estallar armas, biológicas o químicas en el puerto o ciudad.	Paralización del comercio en la instalación portuaria.

*Fuente: Elaboración propia*

La Comunidad Portuaria, la cual está integrada por las Autoridades competentes, Instalaciones Portuarias, Agentes de aduana, Transportistas, Navieras, Organismos de Protección Reconocida, entre otras empresas públicas y privadas vinculadas con el desarrollo de la cadena logística portuaria; Desde la perspectiva de las empresas, la aplicación de políticas y estándares de Responsabilidad Social Empresarial, son la llave de acceso para ofrecer sus productos y/o servicios a empresas internacionales, que exigen la aplicación de buenas prácticas empresariales de Responsabilidad Social como requisitos en sus transacciones Business to Business.

GMS Consulting SAC al ser una Organización de Protección Reconocida, autorizada por la Autoridad Portuaria Nacional, con 11 años en el mercado, brindando servicios de capacitaciones, consultorías y auditorías Seguridad y Protección en la industria marítimo portuario. Es por ello que se considera importante contar con alianzas estratégicas con los Terminales Portuarios y la Comunidad Portuaria, para contribuir al desarrollo de la Comunidad Portuaria, mediante asistencia técnica, entrenamiento y capacitaciones, concientizando a la población sobre aspectos de RSE, que a su vez permiten fortalecer su posición competitiva e imagen corporativa.

### **1.1.1. Antecedentes**

#### **1.1.1.1. Antecedentes Nacionales**

**Bobadilla V. & Sandoval S. (2014)** presenta la investigación titulada *Responsabilidad Social y su influencia en la Imagen institucional de la empresa Transporte Rodrigo Carranza SAC Trujillo 2014*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Los resultados que se encontraron,

fueron analizados a través de tablas de distribución de frecuencias unidimensional y bidimensional; para determinar la influencia de la responsabilidad social en la imagen institucional de la empresa, se utilizó la prueba no paramétrica de independencia de criterio Chi –Cuadrado, considerando un nivel de significancia del 0.05. Se concluyó que la responsabilidad social y la imagen institucional según su criterio de los clientes se obtuvo que, existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 28 clientes, y con una contrastación de hipótesis con un valor de  $P = 0.020$  y un valor de chi cuadrado de 2,087 dando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional. Y en los trabajadores existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 55 trabajadores, y con una contrastación de hipótesis con un valor de  $P = 0.045$  y un valor de chi cuadrado de 5,442 dando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional.

**Mauricio Villanueva G. (2016)** presenta la investigación titulada *Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa en la Empresa Minera La Arena S.A. Provincia Sánchez Carrión, Año 2015*. Tesis para obtener el título profesional Licenciado en Administración. Llegó a las conclusiones: La RSE, orientada al interno de la empresa se cumple a través de las políticas y prácticas laborales, siendo calificada a nivel alto por los trabajadores (...); La RSE orientada al externo de la empresa se cumple a través de la realización de proyectos sociales y ambientales, siendo calificada a nivel medio por los representantes de la comunidad o beneficiarios (...); SE ha podido demostrar de manera cualitativa que las debilidades de la RSE, influyen de manera indirecta en las debilidades de la Imagen corporativa: de la misma manera que las fortalezas de la primera variable

Influyen de manera directa en las fortalezas de la segunda variable; teniendo en cuenta la naturaleza de las viables y su vinculación en detalle.

**Guerra D. & Gómez G. (2018)** presenta la investigación titulada *La Responsabilidad Social y su influencia en la Imagen institucional de la Dirección Regional de Transportes y comunicaciones de San Martín de la Ciudad de Tarapoto 2014*, Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. La responsabilidad social es un tema que ha interesado a científicos, académicos, políticos, empresarios, entre otros, a partir de la necesidad de mantener un mejor ambiente el cual sea sostenible y sustentable. Para esto se debe tener claro el concepto de Desarrollo Sostenible; “aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias”. Pero si bien no es un tema nuevo, se refleja que con el pasar del tiempo y de las innovaciones, dicha estrategia evolucionará y logrará ser más impactante e interesante. Es claro que las empresas se interesan más por los aspectos económicos que por el Desarrollo Sostenible y Social, por otro lado, algunas empresas afectan a la sociedad con la contaminación ambiental y otras acciones que degradan nuestros recursos naturales, no obstante, las empresas piensan que RS es un tema de elección. Para determinar la incidencia entre las variables se realizó un análisis de Pearson y se demostró tal y como se muestra la figura N° 10, que existe una relación directa y significativa en un 0.275, esto quiere decir que mientras mayor sea la responsabilidad social de la Dirección regional de Transportes y Comunicaciones mayor será la Imagen Institucional, por lo tanto se acepta la hipótesis alterna donde nos manifiesta que la responsabilidad social incide de manera directa con la imagen institucional.



### 1.1.1.2. Antecedentes Internacionales

**Solarte C. & Tuiran T. (2011)** presenta la investigación titulada *Responsabilidad Social en la Sociedad Portuaria Cartagena – año 2016*. Tesis para obtener el título profesional de Finanzas y Negocios Internacionales. Se pretende en la presente investigación el alcance del término responsabilidad social empresarial, no solo al hecho de que la Sociedad Portuaria de Cartagena deben responder ante sus accionistas por los resultados de su gestión financiera sino también ante el medio ambiente, grupos de interés (stakeholders) con los cuales interactúa, es decir, si una empresa produce excelentes utilidades pero emplea trabajo infantil o contamina el aire y el agua, no está cumpliendo su responsabilidad social empresarial y se expone a una dura presión internacional para que corrija sus faltas; la responsabilidad social empresarial busca el crecimiento económico sostenible y la aceptación de que la acción de los gobiernos es insuficiente para lograr un balance entre lo social, lo económico y lo ambiental. Por tanto, es indispensable que la SOCIEDAD PORTUARIA DE CARTAGENA desarrolle una conciencia sobre la tarea crítica que tienen en estos frentes. Se asume esta investigación con gran interés en la búsqueda de la cabal protección de los derechos del trabajador, el consumidor, el proveedor, el medio ambiente, y la población menos favorecida, buscando que las acciones de las empresas sean cada vez más transparentes y humanas.

**Harriague D., Kergaravat V. & Santangelo N. (2012)** presenta la investigación titulada *Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa*. Llegaron a la conclusión, se pudo observar que si bien hay empresas

que realizan este tipo de acciones sólo para mejorar su reputación, muchas lo hacen porque son conscientes de la contribución que pueden hacer a la sociedad desde su rol activo. A su vez, se demostró que los consumidores no tienen en cuenta las acciones de R.S.E. a la hora de hacer las compras. Le siguen dando importancia al precio o a la calidad de los productos. Sin embargo, se espera que, en el largo plazo, los consumidores sean más conscientes de este tipo de acciones y realicen sus compras desde otro punto de vista. En resumen, la investigación permitió conocer que las acciones de R.S.E. influyen en la imagen de la empresa, ya sea positiva como negativamente. En suma, las prácticas sustentables permiten que las empresas se diferencien positivamente de sus competidores logrando la fidelización de los clientes y empleados.

**Lechuga-Cardozo J. (2018)** presenta la investigación titulada *Estrategia de responsabilidad Social Empresarial de una Terminal Portuaria en Barranquilla, Colombia*. Tesis para obtener el grado de Doctor en Relaciones Internacionales, Negocios y Diplomacia. El Objetivo es caracterizar las actividades en responsabilidad social empresarial (RSE) que practica una terminal portuaria para posteriormente proponer acciones correctivas que ayuden al sostenimiento de este tipo de iniciativas. Se aplicó el método de análisis, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo bajo un diseño documental, bibliográfico. Tras el análisis de los datos se encontró que la compañía goza de un marco ético basado en valores y principios corporativos alineados a su actividad económica, realizando acciones sociales desde cuatro pilares que responden a las dimensiones social, económica y ambiental; no obstante, se requiere fortalecer la instrumentación de medios interactivos y mediáticos. Como conclusión se sugiere a la terminal replicar los

modelos de los departamentos de Bolívar y Sucre que los han hecho merecedores de distinciones, e integrar la inteligencia colectiva en su estrategia de responsabilidad social que le permita desarrollar en los empleados competencias como: la cooperación, el trabajo en equipo y el enfoque integrativo.

## **1.1.2. Bases teóricas**

### **1.1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial**

Según la **Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.) (2009)**, Conceptualiza: La Responsabilidad Social Empresaria “es el conjunto de acciones que las empresas toman en consideración para que las actividades de las mismas tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

Según la **ISO 26000 (2010)**, Conceptualiza La Responsabilidad de una Organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y Está integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.



**Figura 1: Responsabilidad Social: 7 materias fundamentales**

Fuente: Norma ISO 26000

Según la **Norma Técnica Peruana NTP –ISO 26000:2010 Guía de Responsabilidad Social (2011)**, define como Responsabilidad Social Empresarial, el comportamiento voluntario que tenemos todos los ciudadanos incluyendo a las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones de la sociedad civil, para contribuir al incremento del bienestar de la sociedad, más de nuestras obligaciones exigidas por la ley.

Según la literatura revisada: *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*, **Cajiga Calderón J. (2013)**, La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial La acción responsable “integral” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, como ya se estableció, en relación a las distintas necesidades , expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades con las que

interactúa; de esta forma sus niveles de responsabilidad se pueden entender y agrupar:

**Tabla 2: La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial**

Dimensiones	DEFINICIÓN
<b>Económica</b>	<b>Interna:</b> su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).
	<b>Externa:</b> implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.
<b>Ambiental</b>	<b>Interna:</b> implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio— de los daños que causen o pudieran causar.
	<b>Externa:</b> conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.
<b>Social</b>	<b>Interna:</b> implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.
	<b>Externa:</b> conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

Fuente: *Elaboración propia en base a El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (2013).*

Según la literatura revisada: *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*, **Guiliana C. & Emilio G. (2005)**, La definición mundialmente aceptada es la planteada por la Comisión Brundtland/ONU “es el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer

las suyas”. El concepto de desarrollo sostenible implica el desarrollo equilibrado de las siguientes tres dimensiones:

**Dimensión Económica:** A sorpresa de muchos, esta dimensión no sólo incluye la información financiera de la empresa, si no también incluye factores como los salarios y beneficios, productividad laboral, creación de empleo, gastos en tercerización, gastos en investigación y desarrollo, gastos en capacitaciones, entre otros.

**Dimensión Ambiental:** Esta dimensión incluye los impactos que causan los procesos, productos y servicios de la organización en el aire, el agua, la tierra, la biodiversidad y la salud humana.

**Dimensión Social:** Esta dimensión incluye factores como la seguridad y salud en el área de trabajo, la rotación del personal, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales de las empresas service. Asimismo, en esta dimensión se incluye la interacción entre la organización y su comunidad.



*Figura 2: Dimensiones de Responsabilidad Social*

*Fuente: Guiliana C. & Emilio G. (2005)*

### 1.1.2.2. Imagen Corporativa

Según la literatura revisada: *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*, **Guiliana C. & Emilio G. (2005. p.35)**, Los consumidores son atraídos por marcas y compañías con una buena reputación sustentada en temas de responsabilidad social, lo que incrementa el potencial de la empresa por incrementar sus ventas, atraer capital y asociados. La buena imagen de marca y reputación producen un posicionamiento positivo en la mente de los consumidores. Una buena reputación y un fuerte compromiso con los consumidores pueden generar lealtad y confianza lo que permite sobrellevar las épocas de crisis. Esta tendencia se presenta sobre todo en los países desarrollados, los consumidores “castigan” a las empresas que no son socialmente responsables o que manifiestan algún comportamiento o acción calificado negativamente por el público; asimismo, en estos mercados existe un mayor interés de los consumidores frente a las causas sociales. En esta línea, cabe mencionar que la creación de valor para los clientes en busca de la diferenciación en la mente de los consumidores, es una de las tendencias con mayor crecimiento en el mundo de los negocios, lo que se manifiesta más claramente en el campo del marketing.

Según la literatura revisada: *Fundamentos de Marketing*, **Kotler P. & Armstrong G. (2007)**, afirma que, en marketing se llama **posicionamiento** de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores. El posicionamiento otorga a la empresa, una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Esta imagen propia, se construye mediante la comunicación activa de 4 unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestro público, o segmento

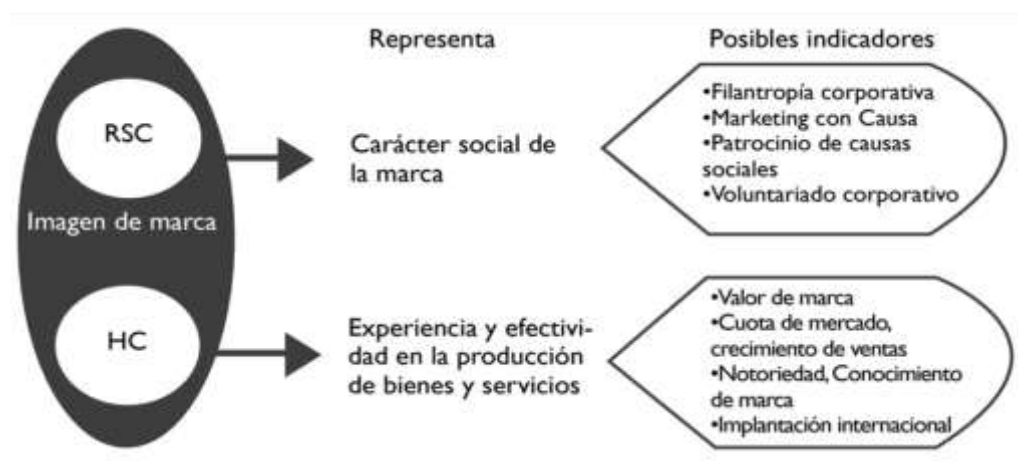
objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia empresarial. El posicionamiento es el lugar que ocupa el producto en la mente del consumidor, además es un indicador de la percepción del cliente sobre el producto y mezcla de marketing en comparación con los demás productos existentes en el mercado. A través de los mensajes más simplificados se logra comunicar de mejor manera la estrategia de posicionamiento que se optó por llevar a cabo.

Según la literatura revisada: *Reputación Corporativa*, **Joaquín Mouriz (2007)**, Define la **Reputación Corporativa** como conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos grupos de interés con los que se relaciona (stakeholders), tanto internos como externos. Es resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor a los mencionados grupos; 1ª Reputación corporativa es el reconocimiento que los stakeholders de una compañía hacen del comportamiento corporativo de esa compañía a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con relación a sus clientes, empleados, accionistas si los hubiere y con la comunidad en general.

Según la literatura revisada: *Branding Corporativo. Gestión estratégica de la Identidad Corporativa*, **Paul Capriotti. (2013. p.29)**, Define la Imagen Corporativa como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. De esta manera, Imagen Corporativa es un concepto.



Según la literatura revisada: *Planificación estratégica de la Imagen Corporativa*, **Paul Capriotti. (2013. p.29)**, Define la Imagen Corporativa como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. De esta manera, Imagen Corporativa es un concepto basado claramente en la idea de recepción, y debe ser diferenciado de otros tres conceptos básicos: Identidad Corporativa, Comunicación Corporativa y Realidad Corporativa. – Identidad de la Empresa: es la personalidad de la organización, lo que ella es y pretende ser. Es su ser histórico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, y la distingue y diferencia de las demás. – Comunicación de la Empresa: es todo lo que la organización dice a sus públicos, ya sea por el envío de mensajes a través los diferentes canales de comunicación (su acción comunicativa propiamente dicha) como por medio de su actuación cotidiana (su conducta diaria). – Realidad Corporativa: es toda la estructura material de la organización: sus oficinas, sus fábricas, sus empleados, sus productos, etc. Es todo lo tangible y vinculado a la propiedad de la compañía.



**Figura 3: Descomposición de las dimensiones de la imagen de marca según Brown y Dacin (1997)**

Fuente: Bigné y Currás (2008).

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.2. Problema general**

¿Cuál es la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?

### **1.2.3. Problemas específicos**

1. ¿Cuál es el impacto del desarrollo económico para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?
2. ¿Cuál es la relevancia del desarrollo Ambiental para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?
3. ¿Cuál es la relevancia del desarrollo social para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Evaluar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú).

### **1.3.2. Objetivos específicos**

1. Evaluar el impacto del desarrollo económico para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú).
2. Evaluar la relevancia del desarrollo Ambiental para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú).
3. Evaluar la relevancia del desarrollo social para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)

#### 1.4. Limitaciones

La investigación presenta algunas limitaciones que son señalados a continuación:

- Actualmente el mundo está atravesando por una crisis sanitaria del COVID-19 que ha golpeado las economías a nivel nacional y mundial, lo que nos ha limitado tener un contacto directo y físico con las poblaciones aledañas y/o gremios de Trabajadores portuarios.
- La falta de acceso a la información ya que GMS Consulting no cuenta con antecedentes respectivos como la RSE, así como estudios previos relacionados al tema.

Sin embargo, se considera que es importante desarrollar esta investigación para evaluar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de la Empresa GMS Consulting SAC, por las buenas prácticas que realiza la empresa.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

#### 2.1.1. Según su enfoque:

Los enfoques que han sido considerados para la investigación son: el enfoque cualitativo que es de realidad subjetiva construido en la investigación, hace uso de la recolección y análisis de datos, en base a ello pasa a ser de enfoque cuantitativo una vez aplicado el instrumento como la encuesta; este viene a ser secuencial y probatorio, pretende predecir las relaciones causales entre los elementos, con el fin de establecer pautas de comportamientos. Por lo descrito, el enfoque es mixto ya que implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación de manera que responda al planteamiento del problema.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (pág. 534).

#### 2.1.2. Diseño de investigación: Transeccional Descriptivo

La presente investigación utiliza un diseño Transeccional descriptivos, puesto que se desea indagar la incidencia de las variables Independiente con la Dependiente. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), Los diseños transeccionales

descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. (pág. 155).

### 2.1.3. Según su Alcance: Descriptivo

La presente investigación tiene un alcance descriptivo ya que busca evaluar la relación de la Variable Independiente con la variable dependiente.

Según Arístides Vara (2012), los diseños Descriptivo-correlacional: Evalúa la relación entre dos o más variables. Intenta explicar cómo se comporta una variable en función de otras. Existe bibliografía sobre el tema y estudios empíricos descriptivos (pág. 203).

## 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población determinada en la presente investigación son los stakeholders de GMS Consulting SAC.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen que una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (pág. 174).

**Tabla 3: Población de GMS Consulting SAC**

Tipo	Cantidad	Porcentaje	Cantidad a encuestar
Colaboradores	4	5%	3
Proveedores (consultores e instructores)	17	20%	14
Autoridades (APN – APM)	2	2%	2
Clientes	48	58%	39
Área de Responsabilidad Social (Comunidad)	12	14%	10
<b>TOTAL, POBLACIÓN</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>	<b>68</b>

Fuente: Elaboración propia

Según Arístides Vara (2012. Pág. 227), Para obtener la muestra, se ha considerado el cálculo con la siguiente fórmula:

(N) Población = 83

(Z) nivel de confianza = 1.96 = 95%

(e) Margen de error posible = 0.05 = 5%

(p) Probabilidad = 0.50 = 50%

(q) = (1 – p) = 0.50 = 50%

n = Muestra total del estudio

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} = 68$$

Una vez aplicada la fórmula de muestreo aleatorio simple, tenemos como resultado de la muestra de 68 personas.

### 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

En este trabajo de investigación se utilizaron 3 tipos de técnicas e instrumentos que ayudaron en la recolección y análisis de datos, estas fueron validadas por tres expertos.

La primera técnica utilizada fue la encuesta, uno de los métodos más empleados para recolectar datos, basado en un cuestionario de 10 preguntas cerradas, que responden a nuestras variables a medir. Del mismo modo, con la finalidad de conocer las actitudes y percepciones de 68 stakeholders en un rango de valores; Asimismo, dentro de las encuestas se elaboraron 5 preguntas cerradas para el área de Responsabilidad Social Empresarial de 10 de nuestros clientes por generar más impacto en la sociedad. Esta fue elaborada a través de la plataforma Google forms. Se eligió la escala de Likert, que fue desarrollado en los años treinta por Rensis Likert en 1932, aunque es un método antiguo,

se trata de un enfoque vigente y bastante popular e identificar claramente la variable o actitud que se intenta medir. (Echauri, Minami, & Sandoval, 2013).

La segunda técnica aplicada, es las 04 entrevistas estructuradas de preguntas abiertas vinculadas a las variables a medir, con el objetivo de obtener mayor alcance y complementarlo con la encuesta de preguntas cerradas. Esta entrevista fue realizada al Gerente general, Gerente de Operaciones, instructor y consultor de GMS Consulting.

La tercera técnica aplicada, es la ficha de análisis documental, certificados de la empresa, Certificados de homologaciones, cumplimiento con las normativas vigentes.

#### **2.4. Procedimiento**

Antes de iniciar la presente investigación, primero se solicitó autorización al Gerente General de GMS Consulting SAC, para usar información de la empresa, indicando que la finalidad es estrictamente académica.

Se elaboró los instrumentos: encuesta, entrevista y ficha de análisis documental los cuales se adecuan a la precisión que se busca en las respuestas brindadas para poder analizarlas y que arrojen un resultado para conocer la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la imagen Corporativa Internacional de la empresa GMS Consulting SAC, teniendo como sustento las encuestas cerradas realizada a los stakeholders, asimismo las entrevistas a los Colaboradores de GMS; mediante el correo electrónico de la empresa envié la encuesta elaborada en Google Forms a los 68 stakeholders como resultado de la muestra.

Finalmente se realizó el análisis y clasificación de los resultados de acuerdo con los objetivos específicos, lo cual permitió comparar la información para las discusiones y conclusiones.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

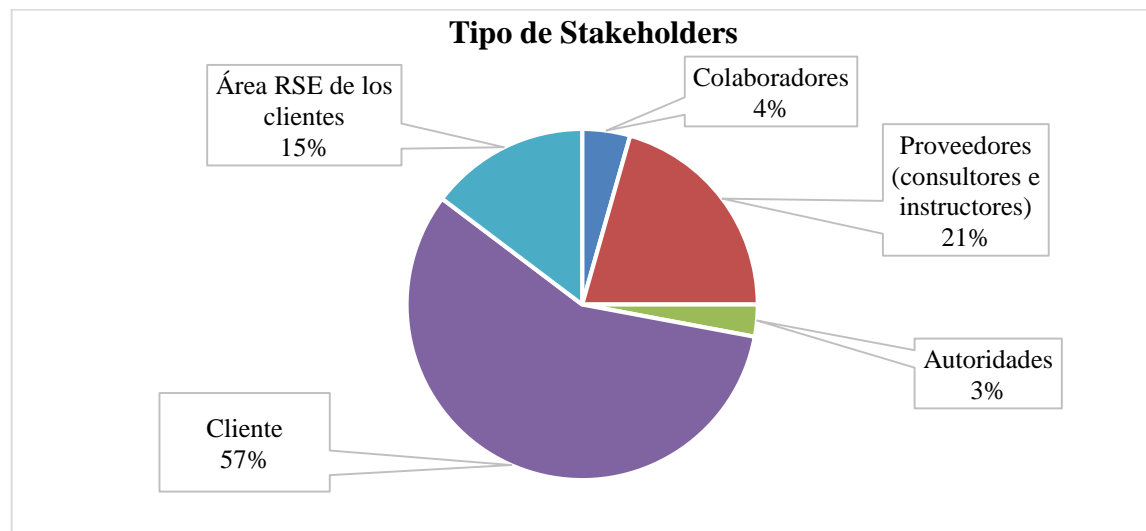
### 3.1. Datos generales:

En la tabla Nro. 4, verificamos que, de acuerdo a la muestra, el 57% corresponde a los clientes, 21% a los proveedores, 15% son clientes del área de Responsabilidad Social quienes tienen comunicación directa con la población, 4% corresponde a los colaboradores y el 3% a las autoridades competentes

**Tabla 4: Área donde se desempeña en GMS o en su empresa**

1.1. Área donde se desempeña en su empresa o en GMS:	Cantidad	Porcentaje
Colaboradores	3	4%
Proveedores (consultores e instructores)	14	21%
Autoridades	2	3%
Cliente	39	57%
Área RSE de los clientes	10	15%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 4. Áreas donde se desempeña en GMS (clientes internos)**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

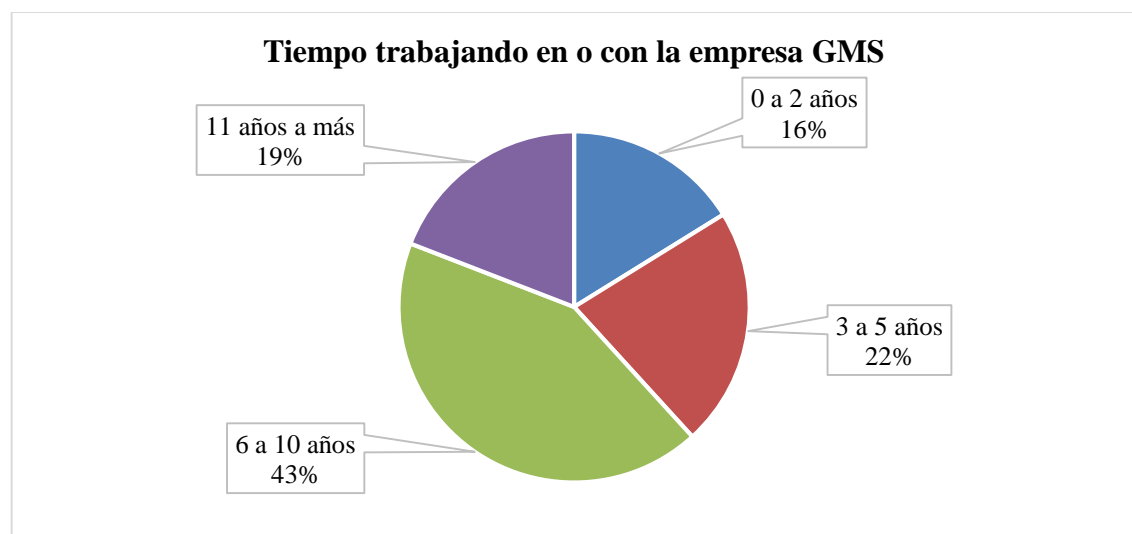


En la tabla Nro. 5 vemos que el 43% de los Stakeholders de GMS Consulting, tiene trabajando de 06 a más años en la empresa, mientras que el 22% está en 03 a 05 años, el 19% tiene más de 11 años y los 16% está de 0 a 2 años.

**Tabla 5: Tiempo trabajando en o con la empresa GMS**

1.2. Tiempo trabajando en o con la empresa GMS:	Cantidad	Porcentaje
0 a 2 años	11	16%
3 a 5 años	15	22%
6 a 10 años	29	43%
11 años a más	13	19%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia. basada en las encuestas



**Figura 5. Tiempo trabajando en o con la empresa GMS**

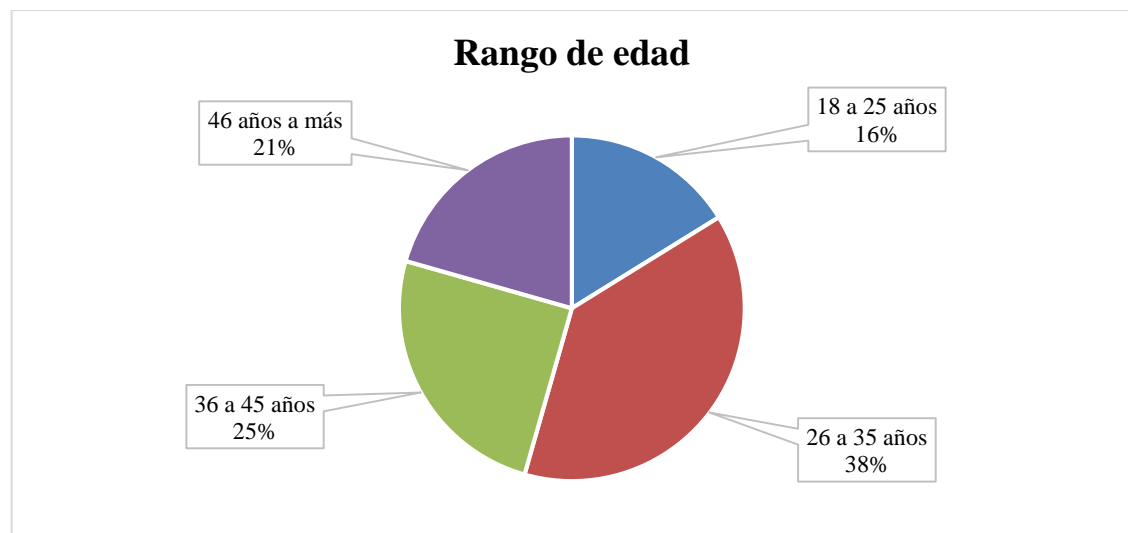
Fuente: Elaboración propia. basada en las encuestas

En la tabla Nro. 6 apreciamos que el rango de las edades de los Stakeholders de GMS, están entre 26 a 35 años con el 38% de la muestra, el 25% corresponde al rango de 36 a 45 años, el 21% corresponde al rango de 46 años a más y por último el 16% corresponde al rango de 18 a 25 años.

**Tabla 6: Rango de edades**

1.3. Cuál es el rango de su edad	Cantidad	Porcentaje
18 a 25 años	11	16%
26 a 35 años	26	38%
36 a 45 años	17	25%
46 años a más	14	21%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia. basada en las encuestas



**Figura 6. Rango de edades**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

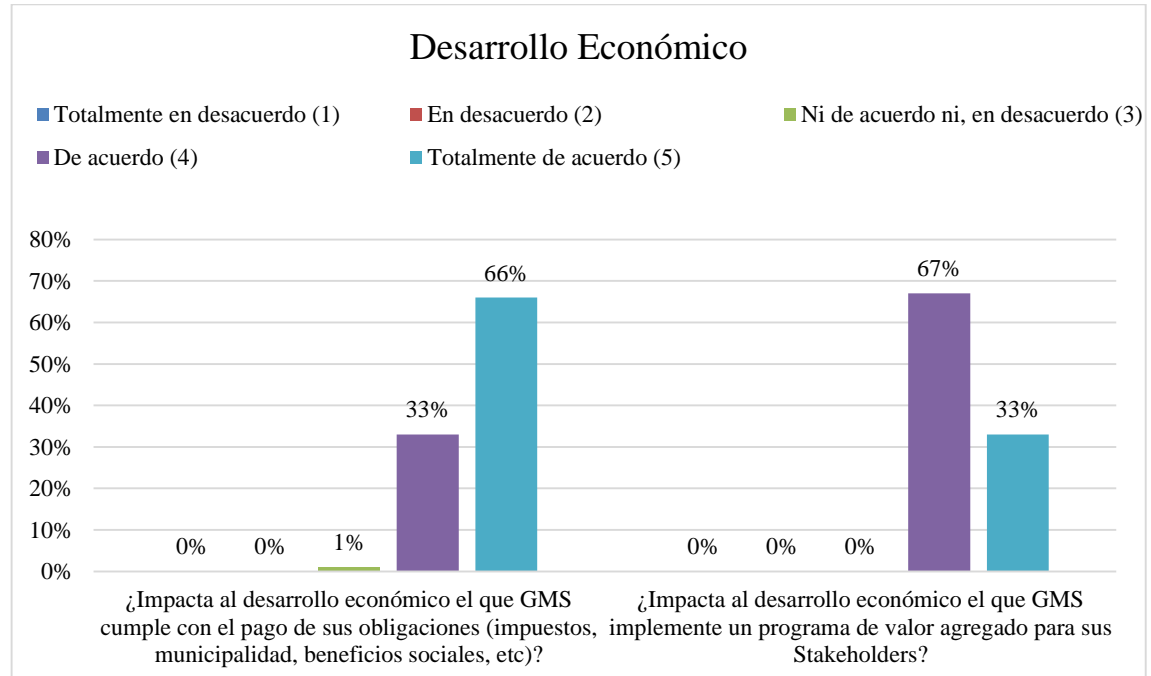
### 3.2. Análisis estadísticos e interpretación de la variable Independiente “Responsabilidad Social Empresarial”

En la tabla Nro. 7, de acuerdo a los Stakeholders encuestados, podemos decir que, el 66% está totalmente de acuerdo y el 33% está de acuerdo, en que Sí impacta positivamente al desarrollo económico, el que GMS cumpla con el pago de sus obligaciones; Asimismo, el 67% indica estar de acuerdo y el 33% totalmente de acuerdo, de que Sí impacta positivamente al desarrollo económico, el que GMS implemente un programa de valor agregado para sus stakeholders.

**Tabla 7: Desarrollo Económico**

Preguntas	2.1. ¿Impacta al desarrollo económico el que GMS cumple con el pago de sus obligaciones (impuestos, municipalidad, beneficios sociales, etc.)?	2.2. ¿Impacta al desarrollo económico el que GMS implemente un programa de valor agregado para sus Stakeholders?
<b>Totalmente en desacuerdo (1)</b>	0%	0%
<b>En desacuerdo (2)</b>	0%	0%
<b>Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)</b>	1%	0%
<b>De acuerdo (4)</b>	33%	67%
<b>Totalmente de acuerdo (5)</b>	66%	33%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 7. Desarrollo Económico**

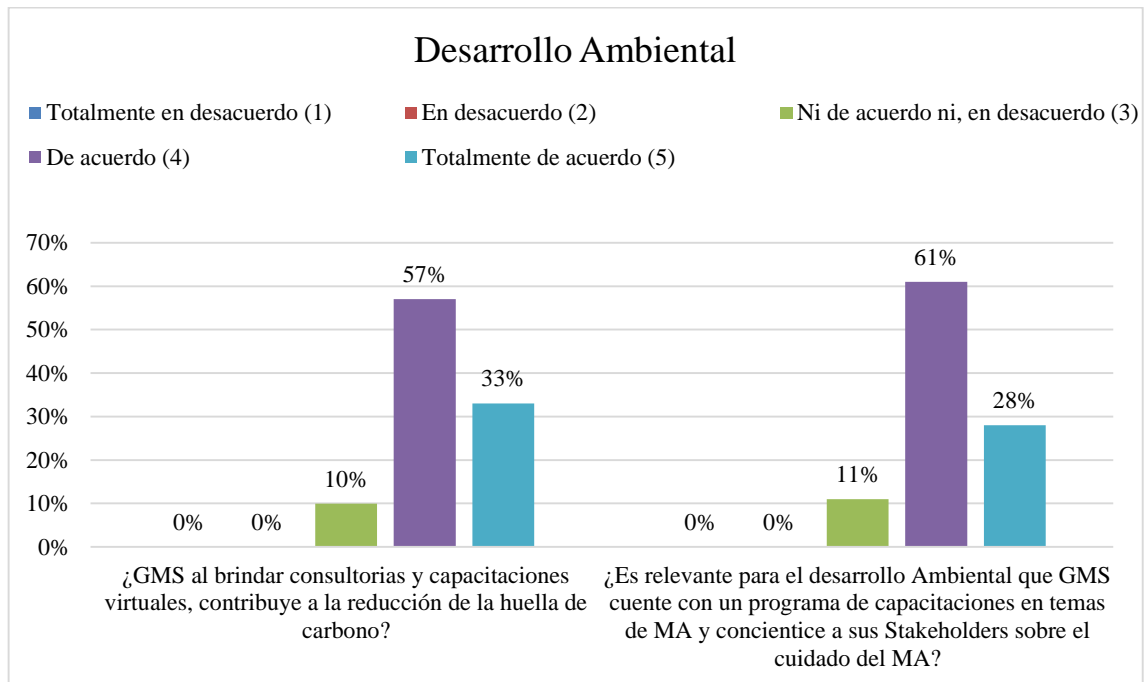
Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

En la Tabla Nro. 8, de acuerdo a los Stakeholders encuestados, podemos decir que, el 57% está de acuerdo y el 33% está totalmente de acuerdo en que las consultorías y capacitaciones en remoto que brinda GMS, contribuye a reducir la huella de carbono, mientras que el 10% no está de acuerdo ni desacuerdo; Asimismo, el 61% indica estar de acuerdo y el 28% está totalmente de acuerdo, de que Sí es relevante al desarrollo Ambiental, el que GMS cuente con un programa de capacitaciones en temas de Medio Ambiente, así como que sus colaboradores demuestren una cultura Medio Ambiental en las visitas de campo en las instalaciones de los clientes, mientras el 11% no está ni de acuerdo ni desacuerdo.

**Tabla 8: Desarrollo Ambiental**

<b>Preguntas</b>	<b>2.3. ¿GMS al brindar consultorías y capacitaciones virtuales, contribuye a la reducción de la huella de carbono?</b>	<b>2.4. ¿Es relevante para el desarrollo Ambiental que GMS cuente con un programa de capacitaciones en temas de MA y concientice a sus Stakeholders sobre el cuidado del MA?</b>
<b>Totalmente en desacuerdo (1)</b>	0%	0%
<b>En desacuerdo (2)</b>	0%	0%
<b>Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)</b>	10%	11%
<b>De acuerdo (4)</b>	57%	61%
<b>Totalmente de acuerdo (5)</b>	33%	28%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas*



**Figura 8. Desarrollo Ambiental**

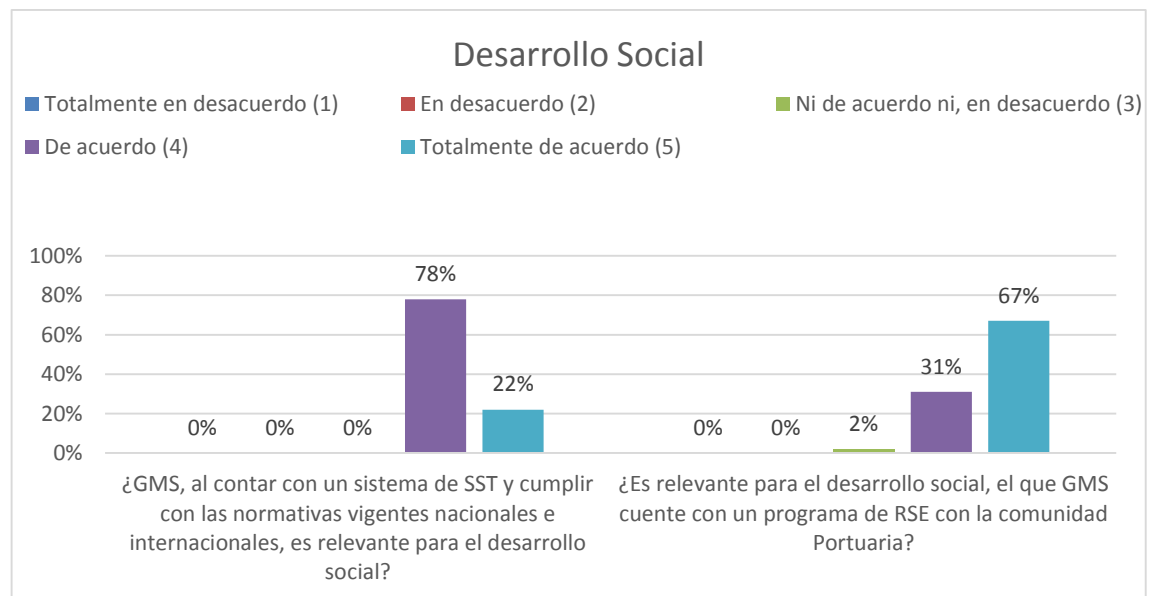
Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

En la Tabla Nro. 9, de acuerdo a los Stakeholders encuestados, podemos decir que, el 78% está de acuerdo y el 22% está totalmente de acuerdo, en que sí es relevante para el desarrollo Social, el que GMS cuente con el Sistema de SST y cumpla con las normativas vigentes e internacionales; Asimismo, el 67% indica estar totalmente de acuerdo y el 31% está de acuerdo, de que es relevante para el desarrollo social, el contar con un programa de Responsabilidad Social Empresarial, mientras el 2% está ni de acuerdo ni desacuerdo.

**Tabla 9: Desarrollo Social**

Preguntas	2.5. ¿GMS, al contar con un sistema de SST y cumplir con las normativas vigentes nacionales e internacionales, es relevante para el desarrollo social?	2.6. ¿Es relevante para el desarrollo social, el que GMS cuente con un programa de RSE con la comunidad Portuaria?
<b>Totalmente en desacuerdo (1)</b>	0%	0%
<b>En desacuerdo (2)</b>	0%	0%
<b>Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)</b>	0%	2%
<b>De acuerdo (4)</b>	78%	31%
<b>Totalmente de acuerdo (5)</b>	22%	67%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 9. Desarrollo Social**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

### 3.3. Análisis estadísticos e interpretación de la variable dependiente “Imagen Corporativa Internacional”

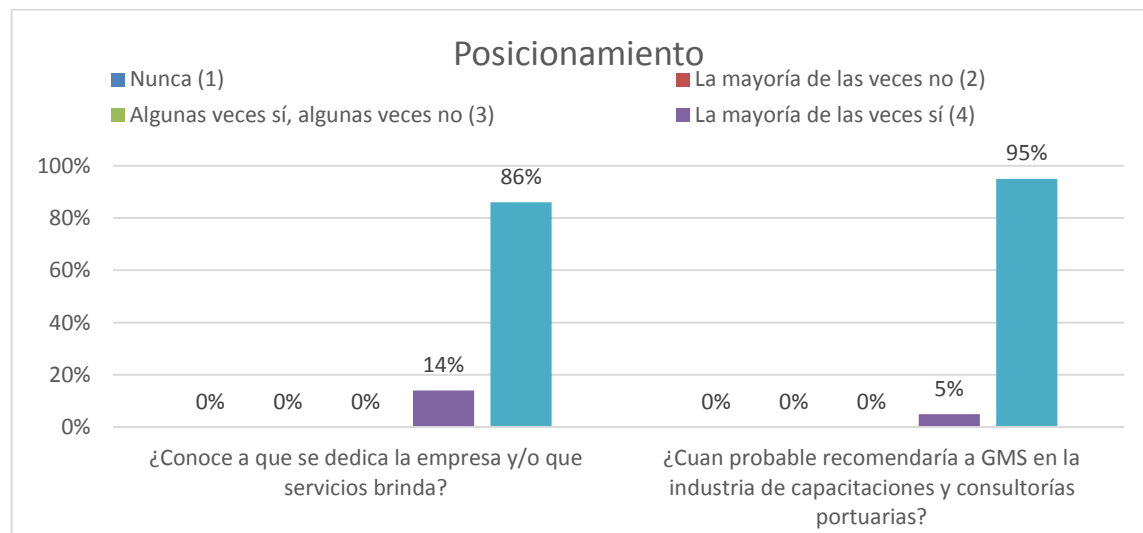
En la Tabla Nro. 10, con respecto al posicionamiento, el 86% de los encuestados, conocen siempre a que se dedica y que servicios brinda GMS, mientras el 14% indicó que la

mayoría de veces sí; asimismo el 95% cree que GMS siempre recomienda a GMS en la industria de consultorías y capacitaciones portuarias, mientras el 5% indicó que la mayoría de veces sí.

**Tabla 10: Imagen Corporativa – Posicionamiento**

Preguntas	3.1. ¿Conoce a que se dedica la empresa y/o que servicios brinda?	3.2. ¿Cuán probable recomendaría a GMS en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?
Nunca (1)	0%	0%
La mayoría de las veces no (2)	0%	0%
Algunas veces sí, algunas veces no (3)	0%	0%
La mayoría de las veces sí (4)	14%	5%
Siempre (5)	86%	95%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 10. Imagen Corporativa – Posicionamiento**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

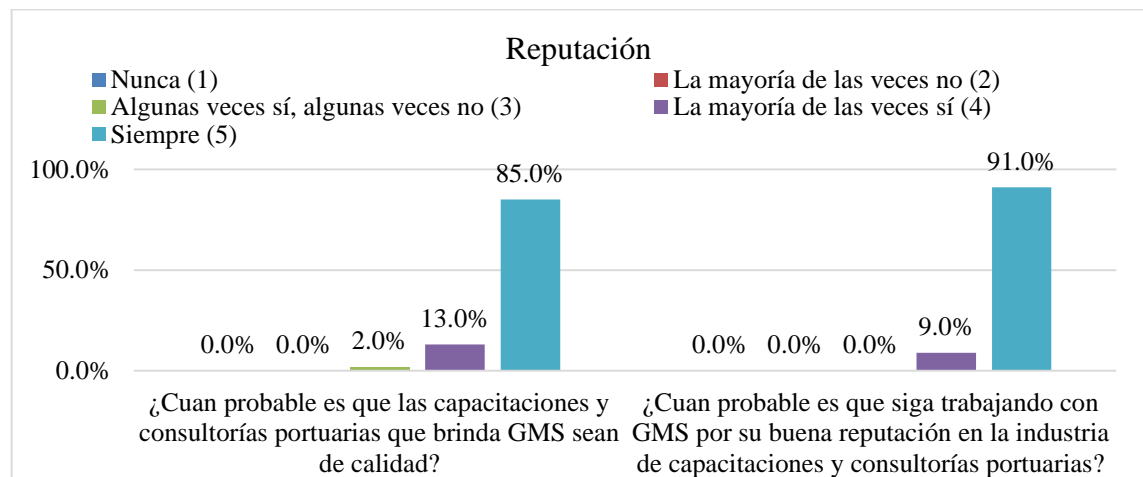
En la Tabla Nro. 11, con respecto la reputación de GMS, el 85% de los encuestados consideran que GMS siempre ofrece capacitaciones y consultorías portuarias de calidad, mientras que el 13% indicó que la mayoría de veces Sí y el 2% dijo que algunas veces

Sí, algunas veces no; asimismo el 91% indican que siempre y el 9 % indican que la mayoría de las veces sí, seguirán trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias.

**Tabla 11: Imagen Corporativa - Reputación**

Preguntas	3.3. ¿Cuán probable es que las capacitaciones y consultorías portuarias que brinda GMS sean de calidad?	3.4. ¿Cuán probable es que siga trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?
<b>Nunca (1)</b>	0.0%	0.0%
<b>La mayoría de las veces no (2)</b>	0.0%	0.0%
<b>Algunas veces sí, algunas veces no (3)</b>	2.0%	0.0%
<b>La mayoría de las veces sí (4)</b>	13.0%	9.0%
<b>Siempre (5)</b>	85.0%	91.0%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 11. Imagen Corporativa - Reputación**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



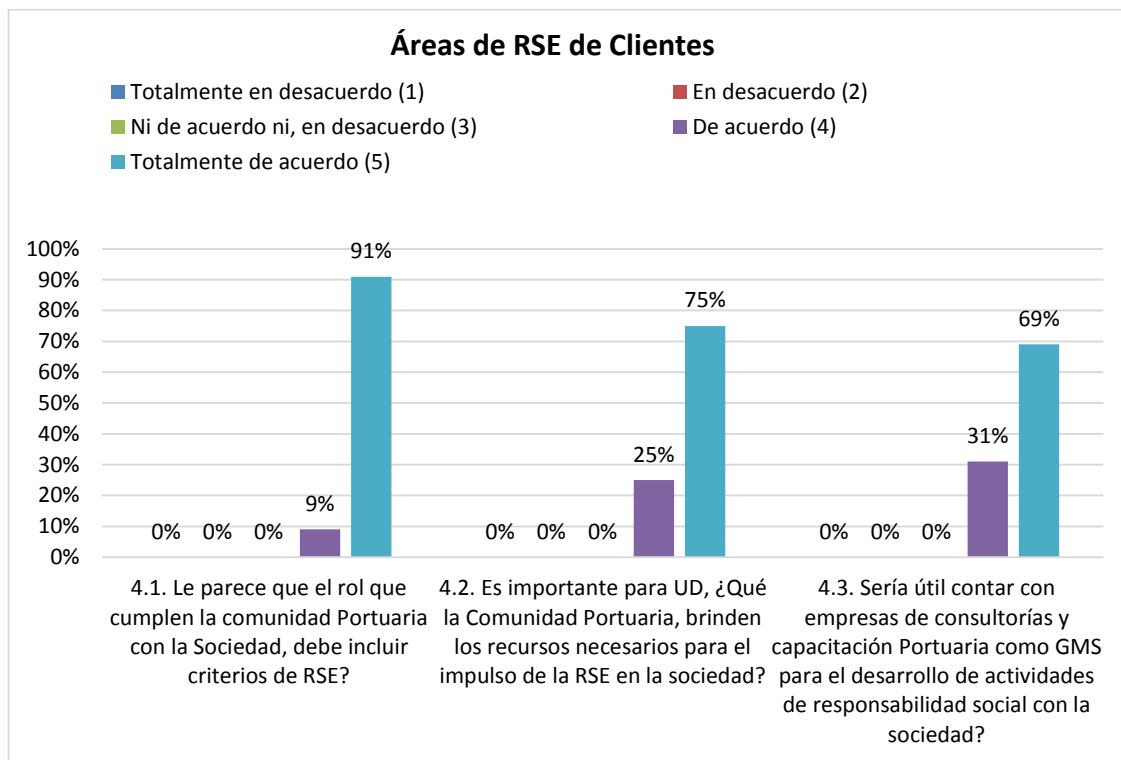
### 3.4. Análisis estadísticos e interpretación de las encuestas a las Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de algunos clientes

En la Tabla Nro. 12, de acuerdo a las encuestas al área de RSE de los clientes, podemos decir que el 91% está totalmente de acuerdo y el 9% está de acuerdo, con incluir criterios de RSE en el rol que cumple la Comunidad Portuaria para la Sociedad; asimismo el 75% está totalmente de acuerdo y el 25% está de acuerdo, que es importante que la Comunidad Portuaria brinde los recursos necesarios para el impulso de RSE en la sociedad, Por último el 69% está totalmente de acuerdo y el 31% está de acuerdo, de que sí sería útil contar con empresas de consultorías y capacitación Portuaria como GMS para el desarrollo de actividades de responsabilidad social con la sociedad.

**Tabla 12: Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes**

Preguntas	4.1. ¿Le parece que el rol que cumplen la comunidad Portuaria con la Sociedad, debe incluir criterios de RSE?	4.2. Es importante para UD, ¿Qué la Comunidad Portuaria, brinden los recursos necesarios para el impulso de la RSE en la sociedad?	4.3. ¿Sería útil contar con empresas de consultorías y capacitación Portuaria como GMS para el desarrollo de actividades de responsabilidad social con la sociedad?
Totalmente en desacuerdo (1)	0%	0%	0%
En desacuerdo (2)	0%	0%	0%
Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)	0%	0%	0%
De acuerdo (4)	9%	25%	31%
Totalmente de acuerdo (5)	91%	75%	69%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 12. Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes**

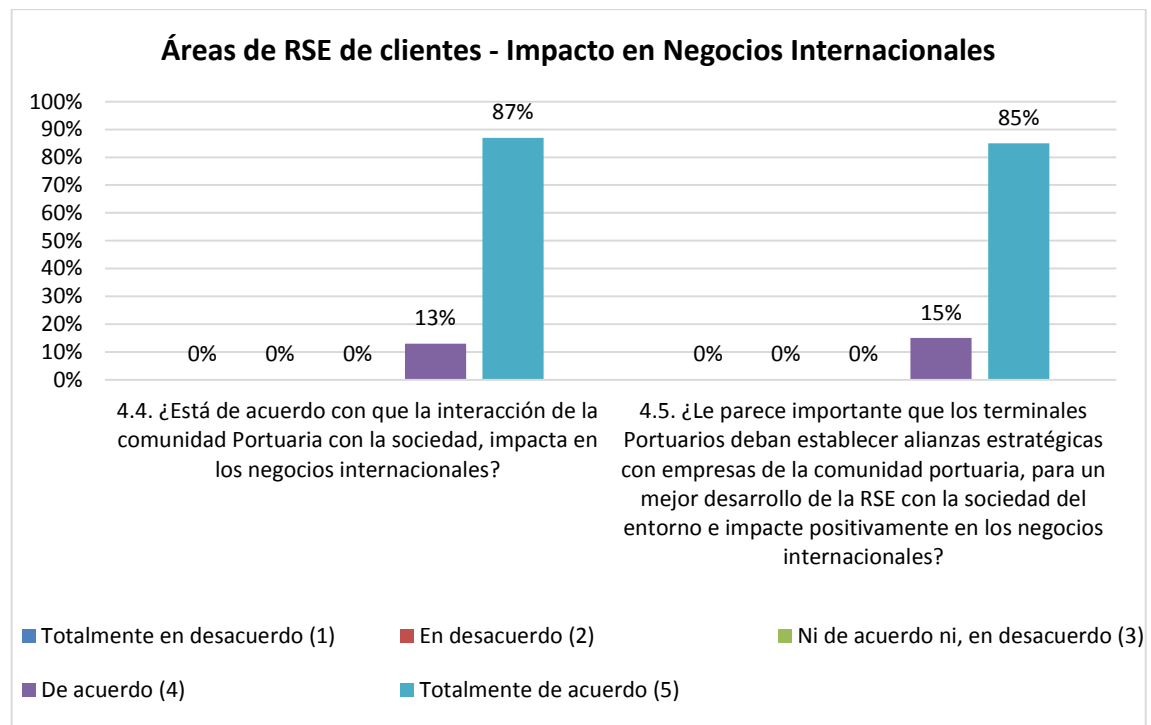
Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

En la Tabla Nro. 13, de acuerdo a las encuestas al área de RSE de los clientes, podemos decir que el 87% está totalmente de acuerdo y el 13% está de acuerdo, de que la interacción de la comunidad Portuaria con la sociedad, si impacta en los negocios internacionales; asimismo el 85% está totalmente de acuerdo y el 15 % está de acuerdo, que es importante que los terminales Portuarios deban establecer alianzas estratégicas con empresas de la comunidad portuaria, para un mejor desarrollo de la RSE con la sociedad del entorno e impacte positivamente en los negocios internacionales.

**Tabla 13: Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes – Impacto en Negocios Internacionales**

Preguntas	4.4. ¿Está de acuerdo con que la interacción de la comunidad Portuaria con la sociedad, impacta en los negocios internacionales?	4.5. ¿Le parece importante que los terminales Portuarios deban establecer alianzas estratégicas con empresas de la comunidad portuaria, para un mejor desarrollo de la RSE con la sociedad del entorno e impacte positivamente en los negocios internacionales?
Totalmente en desacuerdo (1)	0%	0%
En desacuerdo (2)	0%	0%
Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)	0%	0%
De acuerdo (4)	13%	15%
Totalmente de acuerdo (5)	87%	85%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas



**Figura 13. Áreas de Responsabilidad Social Empresarial de clientes – Impacto en Negocios Internacionales**

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas

### 3.5. Análisis e interpretación de las entrevistas

**Tabla 14: Resultados de las entrevistas**

<p><b>1. ¿Ud. cree o considera que GMS trabaja con responsabilidad Social empresarial?</b></p> <p>De acuerdo a las respuestas de los entrevistados, podemos decir que GMS si trabaja con Responsabilidad Social Empresarial, demostrando el compromiso tanto con los clientes externos como los internos.</p>
<p><b>2. En su opinión ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la empresa para con cada uno de sus stakeholders?</b></p> <p>De acuerdo a las respuestas de los entrevistados, la responsabilidad de GMS para sus clientes externos es brindar el servicio de calidad con profesionalismo y siempre con la mejora continua, para sus clientes internos es contribuir con su bienestar económico como profesional.</p>
<p><b>3. ¿GMS contempla o tiene un presupuesto asignado para un programa de RSE?</b></p> <p>Si bien es cierto GMS cuenta con presupuesto, no lo tiene contemplado para un programa netamente de Responsabilidad Social Empresarial.</p>
<p><b>4. ¿GMS tiene algún plan de cuidados del medio ambiental?</b></p> <p>GMS No lo tiene desarrollado un plan de cuidados al medioambiente como tal, sin embargo, indirectamente en los servicios de capacitaciones que brinda la empresa incluyen módulos en los que se incide en la importancia del medio ambiente y una correcta segregación de desechos.</p>
<p><b>5. Desde su punto de vista, ¿GMS como contribuye con su trabajo, al ser una sociedad más equitativa?</b></p> <p>GMS indirectamente contribuye con su trabajo para que la sociedad sea más equitativa, por lo que brinda servicios de capacitaciones tanto para sus clientes internos como externos, resaltando los deberes y derechos de todos los mismos, esto permite corregir las buenas prácticas empresariales.</p>
<p><b>6. ¿Considera usted que GMS tiene una solidad imagen corporativa en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b></p> <p>Según las respuestas de los entrevistados podemos concluir que GMS tiene una solidad imagen corporativa en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias, esto se refleja por los clientes importantes que tiene la empresa.</p>
<p><b>7. ¿Cuál es el rol que desempeña GMS a través de su imagen corporativa dentro de la sociedad?</b></p> <p>En la industria de capacitaciones y consultorías portuarias, GMS brinda sus servicios cumpliendo con las normativas vigentes, garantizando el cumplimiento de las mismas.</p>
<p><b>8. ¿Cuál es el beneficio de GMS para tener una buena reputación y posicionamiento en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b></p> <p>De acuerdo a las respuestas podemos decir que al estar posicionados y ser reconocidos en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias, los mismos clientes se encargan de hacernos recomendaciones ante las otras empresas del rubro, por ende, ganarían más clientes y generarías más ingresos.</p>
<p><b>9. ¿Como contribuye con su posicionamiento de marca de GMS, en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b></p> <p>GMS al estar posicionada en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias, debe mantenerse con un buen marketing en las redes sociales, así como mantenerse innovando nuevos servicios, actualizado en las normativas y/o tecnologías relacionadas.</p>
<p><b>10. Desde su punto de vista, GMS ¿Cómo construye su reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b></p> <p>GMS contribuye a su buena reputación, teniendo sus valores y cumplimiento de los servicios pactados, así como el perfil de sus consultores e instructores, el trabajo en equipo de todos los que conforman la empresa.</p>

Fuente: *Elaboración propia basada en las entrevistas*

### 3.6. Indicador de cumplimiento de Responsabilidad Social Empresarial

**Tabla 15: Indicador de cumplimiento de Responsabilidad Social Empresarial**

Responsabilidad Social Empresarial	Cumplimiento		
	No	En proceso	Sí
<b>Principios</b>			
<b>Rendición de cuentas:</b> GMS rinde cuentas ante las autoridades competentes, por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente y las acciones tomadas para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos.	X		
<b>Transparencia:</b> GMS es transparente en sus decisiones y actividades que impacten a la sociedad y el medio ambiente.		X	
<b>Comportamiento ético:</b> El comportamiento de GMS se basan en los valores de la honestidad, equidad e integridad, estos valores implican el respeto por las personas, animales y medio ambiente y el compromiso de tratar el impacto de sus actividades y decisiones de sus partes interesadas			X
<b>Respeto a los intereses de las partes interesadas:</b> GMS respeta, considera y responde a los intereses de sus partes interesadas.		X	
<b>Respeto al principio de legalidad:</b> GMS cumple con todas las leyes y regulaciones aplicables.			X
<b>Respeto a la norma internacional de comportamiento:</b> GMS se esfuerza por respetar las normas internacionales aún y cuando la ley o su implementación no salvaguarden los aspectos ambientales y sociales.		X	
<b>Respeto a los derechos humanos:</b> GMS promueve el respeto de los derechos humanos y evita beneficiarse de esas situaciones cuando la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada.		X	
<b>Total</b>	<b>14%</b>	<b>57%</b>	<b>29%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 16: Criterios de evaluación**

Cumplimiento	Interpretación
<b>0%</b>	No tiene implementado el Responsabilidad Social Empresarial.
<b>30%</b>	Cumple en lo posible con la RSE.
<b>65%</b>	Se aplica la RSE todos los principios
<b>100%</b>	Domina y aplica correctamente los requisitos de la NTP ISO 26000:2010

Fuente: Elaboración propia en base a la NTP ISO 26000:2010

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

La investigación tuvo como objetivo principal evaluar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú):

**Bobadilla V. & Sandoval S. (2014).** Se concluyó que la responsabilidad social y la imagen institucional según su criterio de los clientes se obtuvo que, existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 28 clientes, y con una contrastación de hipótesis con un valor de  $P = 0.020$  y un valor de chi cuadrado de 2,087 dando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional. Y en los trabajadores existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 55 trabajadores, y con una contrastación de hipótesis con un valor de  $P = 0.045$  y un valor de chi cuadrado de 5,442 dando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional.

Por lo mismo, en base a las encuestas y entrevistas realizadas a los Stakeholders de GMS Consulting, coincidimos en que la Responsabilidad Social Empresarial sí influye para mejorar la imagen corporativa internacional, lo podemos apreciar en los resultados obtenidos mediante los tres instrumentos aplicados.

**Mauricio Villanueva G. (2016).** Llegó a las conclusiones: La RSE, orientada al interno de la empresa se cumple a través de las políticas y prácticas laborales, siendo calificada a nivel alto por los trabajadores (...); La RSE orientada al externo de la empresa se cumple a través de la realización de proyectos sociales y ambientales, siendo calificada a nivel medio por los representantes de la comunidad o beneficiarios (...); Se ha podido

demostrar de manera cualitativa que *las debilidades de la RSE, influyen de manera indirecta en las debilidades de la Imagen corporativa: de la misma manera que las fortalezas de la primera variable Influyen de manera directa en las fortalezas de la segunda variable*; teniendo en cuenta la naturaleza de las variables y su vinculación en detalle.

Por lo expuesto coincidimos de que la Responsabilidad Social Empresarial si influye de manera directa a las fortalezas de la empresa, por ende, mejora la imagen corporativa internacional de GMS Consulting,

**Guerra D. & Gómez G. (2018).** Para determinar la incidencia entre las variables se realizó un análisis de Pearson y se demostró tal y como se muestra la figura N° 10, que existe una relación directa y significativa en un 0.275, esto quiere decir que mientras mayor sea la responsabilidad social de la Dirección regional de Transportes y Comunicaciones mayor será la Imagen Institucional, por lo tanto se acepta la hipótesis alterna donde nos manifiesta que la responsabilidad social incide de manera directa con la imagen institucional.

Por lo mismo, coincidimos que mientras GMS Consulting aplique un programa de Responsabilidad Social Empresarial, esta influirá de manera directa a mejorar la imagen corporativa ante la comunidad portuaria.

**Solarte C. & Tuiran T. (2011).** La responsabilidad social empresarial busca el crecimiento económico sostenible y la aceptación de que la acción de los gobiernos es insuficiente para lograr un balance entre lo social, lo económico y lo ambiental. Por tanto,

es indispensable que la SOCIEDAD PORTUARIA DE CARTAGENA desarrolle una conciencia sobre la tarea crítica que tienen en estos frentes.

Por lo mismo, coincidimos que es indispensable que la comunidad portuaria del Perú, haga alianzas estratégicas con el fin de que la Responsabilidad Social Empresarial ayude al crecimiento económico sostenible de los stakeholders, por ende, esto mejoraría la imagen corporativa internacional de la empresa GMS Consulting.

**Harriague D., Kergaravat V. & Santangelo N. (2012).** En resumen, la investigación permitió conocer que las acciones de R.S.E. influyen en la imagen de la empresa, ya sea positiva como negativamente. En suma, las prácticas sustentables permiten que las empresas se diferencien positivamente de sus competidores logrando la fidelización de los clientes y empleados.

Coincidimos que las buenas prácticas empresariales inciden positivamente en la imagen corporativa internacional, así mismo generando ventaja competitiva a diferencia de sus competidores logrando la fidelización de los stakeholders.

**Lechuga-Cardozo J. (2018).** Tras el análisis de los datos se encontró que la compañía goza de un marco ético basado en valores y principios corporativos alineados a su actividad económica, realizando acciones sociales desde cuatro pilares que responden a las dimensiones social, económica y ambiental; no obstante, se requiere fortalecer la instrumentación de medios interactivos y mediáticos. Como conclusión se sugiere a la terminal replicar los modelos de los departamentos de Bolívar y Sucre que los han hecho merecedores de distinciones, e integrar la inteligencia colectiva en su estrategia de responsabilidad social que le permita desarrollar en los empleados competencias como: la cooperación, el trabajo en equipo y el enfoque integrativo.



Coincidimos que, en base de la Responsabilidad Social, GMS cuenta con buenas prácticas empresariales con respecto a las tres dimensiones de la RSE, y al integrar la inteligencia colectiva de la RSE, permitirá mejorar la imagen corporativa internacional de GMS Consulting.

## 4.2 Conclusiones

- Con respecto a la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC, se concluye que el 82% de los Stakeholders, están de acuerdo en incluir criterios de RSE en el rol que cumple la Comunidad Portuaria para la sociedad brindando recursos necesarios para el impulso, asimismo, es útil contar con empresas de consultorías y capacitación Portuaria como GMS para el desarrollo de actividades de RSE con la sociedad, pues es importante que los terminales Portuarios tengan alianzas estratégicas con empresas de la comunidad portuaria, para un mejor desarrollo de la RSE con la sociedad del entorno e impacte positivamente en los negocios internacionales y por ende, mejore imagen corporativa internacional.
- Referente al impacto del desarrollo económico para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC, se concluye que el 67% de los Stakeholders, indicaron que, Sí impacta positivamente al desarrollo económico, el que GMS cumpla con el pago de sus obligaciones, así como implementar programas de valor agregado para sus stakeholders, generando fidelización y una buena imagen corporativa ante los mismos.

- Con respecto a la relevancia del desarrollo Ambiental para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC, el 59% está de acuerdo que es relevante para el desarrollo Ambiental, el que las consultorías y capacitaciones en remoto que brinda GMS, contribuye a reducir la huella de carbono, Asimismo, el que GMS cuente con un programa de capacitaciones en temas de Medio Ambiente, generando concientización a sus Stakeholders y siendo bien visto como imagen corporativa.
- Referente a evaluar la relevancia del desarrollo social en la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC, 73% concluye en que sí es relevante para el desarrollo Social, el que GMS cuente con el Sistema de SST y cumpla con las normativas vigentes e internacionales, asimismo el contar con un programa de RSE.
- Con respecto a la imagen corporativa Internacional de GMS, se concluye que se encuentra posicionada un 91%, pues sus stakeholders conocen a que se dedica y que servicios brinda GMS, y la recomiendan en la industria de consultorías y capacitaciones portuarias por la calidad de servicios que ofrece; asimismo indican que seguirán trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias.

#### **4.3 Recomendaciones**

- Se recomienda implementar un programa de RSE en el rol que cumple la Comunidad Portuaria para la sociedad brindando recursos necesarios para el impulso, ya que es útil para el desarrollo de actividades de RSE con la sociedad, asimismo contar con alianzas estratégicas con los terminales portuarios, para un mejor desarrollo de la RSE

con la sociedad del entorno e impacte positivamente en los negocios internacionales e imagen corporativa internacional de GMS Consulting.

- Se recomienda que GMS mantenga con el cumplimiento del pago de sus obligaciones, e implemente programas de valor agregado para sus stakeholders, para generar la fidelización y una buena imagen corporativa ante los mismos.
- Se recomienda seguir contribuyendo a reducir la huella de carbono con sus consultorías y capacitaciones en remoto, Asimismo, implementar un programa de capacitaciones en temas de Medio Ambiente, con el fin de concientizar a sus Stakeholders y siendo bien visto como imagen corporativa.
- Se recomienda que GMS mantenga actualizado sus Sistema de SST y cumpla con las normativas vigentes e internacionales, y de ser posible Certificarse como RSE.
- Se recomienda para seguir manteniéndose posicionada en la industria de capacitación y consultorías portuarias, siga brindando sus servicios de calidad y así sus Stakeholders lo sigan recomendando en la industria

## REFERENCIAS

- Norma Internacional ISO 26000:2010 Guía de Responsabilidad Social: Primera Edición  
noviembre 01 de 2010
- Organización Internacional del Trabajo (O.I.T.) (2009)
- Norma Técnica Peruana NTP –ISO 26000:2010 Guía de Responsabilidad Social (2011)
- Juan F. Cajiga C. (CEMEFI). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial
- Juan G. Correa J. (2007) Evolución Histórica de los Conceptos de Responsabilidad Social  
Empresarial y Balance Social.
- Baza, C., & Alvarado, V. (2016). Categorización de las variables inherentes a la  
responsabilidad social empresarial sobre los residuos sólidos urbanos de PET  
generado por las empresas refresqueras en México empleando el índice de  
severidad de Mendenhall.
- Harriague, D.B.; Kergaravat, V. A y Santangelo, N.E. (2012). Responsabilidad Social  
empresaria y la imagen corporativa.
- Andrea Pérez Ruiz (2011). Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa:  
formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros.
- Rocío Rodríguez D.; Ana Dopico P.; Encarnación Gonzales V. La Responsabilidad Social  
Empresarial. Un Acercamiento a la Realidad Empresarial de Galicia.
- Gilberto Mauricio Villanueva (2016). Responsabilidad Social Empresarial e Imagen  
Corporativa en la Empresa Minera La Arena S.A., Provincia Sánchez Carrión, Año  
2015.
- Frida Luperdi Cárdenas (2018) Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen  
corporativa de los clientes de La Posada del Mirador, en Barranco.
- Adrián Gomez Sola (2014) Gestión de la imagen corporativa en empresas de base tecnológica  
en España.
- Teresa Pintado B.; Joaquin Sanchez H. (2013) Imagen Corporativa influencia en la gestión  
empresarial.
- Ernesto E Mechan r. (2019) Plan de marketing para el posicionamiento de marca de la empresa  
de electrodomésticos MARCIMEX, Chiclayo.
- Luis López de Medina (2002) La empresa, el medio ambiente y la responsabilidad social.
- Autor Xavier A. Vélez-Romero; Evelyn D. Cano-Lara (2016) Los diferentes tipos de  
responsabilidad social y sus implicaciones éticas.

- Mónica Díaz Bustamante V. (2013) Actitudes y percepciones sobre las fragancias de lujo en España: investigación en la comunidad de Madrid.
- Hernando A. Ortega Chavarrie (2019) El impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en la Reputación Corporativa de las Organizaciones Privadas.
- Agnieszka Zak (2015), Triple Bottom Line concept in theory and practice. Social Responsibility of Directions of Changes.
- Sánchez S. C. (2018). Propuesta de mejora en los procesos operativos en el almacén de la empresa Desysweb S.A.C. Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8472>
- Vara, A. (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Lima, Perú. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.
- Hernández Sampieri, Fernández Collado & Pilar Baptista. (2014). Metodología de la investigación (sexta edición). MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Jorge Isaac Lechuga-Cardozo (2018). Estrategia de responsabilidad social empresarial de un terminal portuario en barranquilla, Colombia.
- Guerra Delfia & Gomez Grecia (2018), La Responsabilidad Social y su incidencia en la Imagen institucional de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones de San Martín de la ciudad de Tarapoto 2014.
- Solarte Catalina & Tuiran Tania (2011). Responsabilidad social en la Sociedad Portuaria de Cartagena.

## ANEXOS

### *Anexo N° 1. Matriz de consistencia*

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	MUESTRA	METODOLOGÍA
<b>GENERAL</b>	<b>GENERAL</b>	<b>INDEPENDIENTE</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>ENFOQUE</b>
¿Cuál es la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?	Evaluar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú).	Responsabilidad Social Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stakeholders de GMS</li> </ul>	Mixto
<b>ESPECÍFICOS</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>	<b>DEPENDIENTE</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
1. ¿Cuál es el impacto del desarrollo económico para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?	1. Evaluar el impacto del desarrollo económico para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú).	Imagen Corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>68 stakeholders de GMS Consulting SAC.</li> </ul>	Encuesta Entrevista Observación
2. ¿Cuál es la relevancia del desarrollo Ambiental para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?	2. Evaluar la relevancia del desarrollo Ambiental para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú).			<b>ALCANCE</b>
				Descriptivo
3. ¿Cuál es la relevancia del desarrollo social para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)?	3. Evaluar la relevancia del desarrollo social para mejorar la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)			<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b>
				Transeccional descriptivo

Fuente: Elaboración propia

*Anexo N° 2. Matriz de operacionalización de variable*

VARIABLES		DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente	Responsabilidad social Empresarial	ISO 26000 (2010): Responsabilidad de una Organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la <i>sociedad</i> y en el <i>medio ambiente</i> , mediante un comportamiento ético y transparente que: Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y Está integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.	Desarrollo económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de pagos de obligaciones de la empresa</li> <li>• Cumplimiento de valor agregado a los stakeholders.</li> </ul>
			Desarrollo Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones en temas medio ambientales</li> <li>• Contribución a reducir la huella de carbono</li> </ul>
			Desarrollo Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de las Normativas vigentes.</li> <li>• Implementación programa de RSE</li> </ul>
Variable Dependiente	Imagen corporativa	Giuliana Canessa I. y Emilio García V. (2021), mencionan en El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo, que Los consumidores son atraídos por marcas y compañías con una buena reputación sustentada en temas de responsabilidad social, lo que incrementa el potencial de la empresa por incrementar sus ventas, atraer capital y asociados. La buena imagen de marca y <i>reputación</i> producen un <i>posicionamiento</i> positivo en la mente de los consumidores.	Reputación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción de los stakeholders</li> <li>• Lealtad de clientes</li> </ul>
			Posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en el mercado</li> <li>• Prestigio</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**Anexo N° 3. Encuestas aplicadas a los Stakeholders de GMS Consulting SAC**

**Encuestas a los Stakeholders de GMS Consulting SA**

**I. Información general**

1.1. Seleccione el tipo de Stakeholders es:

Colaboradores	Proveedores (consultores e instructores)	Autoridades	Cliente	Área RSE de los clientes
---------------	--	-------------	---------	--------------------------

1.2. Tiempo trabajando en o con la empresa GMS:

0 a 2 años	3 a 5 años	6 a 10 años	11 años a más
------------	------------	-------------	---------------

1.3. Cuál es el rango de su edad

18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	46 años a mas
--------------	--------------	--------------	---------------

**II. Información específica sobre RSE**

**Responsabilidad Social Empresarial - Desarrollo Económico**

Preguntas	2.1 ¿Impacta al desarrollo económico el que GMS cumple con el pago de sus obligaciones (impuestos, municipalidad, beneficios sociales, etc.)?	2.2 ¿Impacta al desarrollo económico el que GMS implemente un programa de valor agregado para sus Stakeholders?
Totalmente en desacuerdo (1)		
En desacuerdo (2)		
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)		
De acuerdo (4)		
Totalmente de acuerdo (5)		
<b>Total</b>		

**Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Ambiental**

Preguntas	2.3. ¿GMS al brindar consultorías y capacitaciones virtuales, contribuye a la reducción de la huella de carbono?	2.4. ¿Es relevante para el desarrollo Ambiental que GMS cuente con un programa de capacitaciones en temas de MA y concientice a sus Stakeholders sobre el cuidado del MA?
Totalmente en desacuerdo (1)		
En desacuerdo (2)		
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)		
De acuerdo (4)		
Totalmente de acuerdo (5)		
<b>Total</b>		

**Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Social**



<b>Preguntas</b>	2.5. ¿GMS, al contar con un sistema de SST y cumplir con las normativas vigentes nacionales e internacionales, es relevante para el desarrollo social?	2.6. ¿Es relevante para el desarrollo social, el que GMS cuente con un programa de RSE con la comunidad Portuaria?
Totalmente en desacuerdo (1)		
En desacuerdo (2)		
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)		
De acuerdo (4)		
Totalmente de acuerdo (5)		
<b>Total</b>		

**III. Información específica sobre Imagen Corporativa**

Imagen corporativa – Posicionamiento

<b>Preguntas</b>	3.1. ¿Conoce a que se dedica la empresa y/o que servicios brinda?	3.2. ¿Cuán probable recomendaría a GMS en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?
Nunca (1)		
La mayoría de las veces no (2)		
Algunas veces sí, algunas veces no (3)		
La mayoría de las veces sí (4)		
Siempre (5)		
<b>Total</b>		

Imagen corporativa – Reputación

<b>Preguntas</b>	3.3. ¿Cuán probable es que las capacitaciones y consultorías portuarias que brinda GMS sean de calidad?	3.4. ¿Cuán probable es que siga trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?
Nunca (1)		
La mayoría de las veces no (2)		
Algunas veces sí, algunas veces no (3)		
La mayoría de las veces sí (4)		
Siempre (5)		
<b>Total</b>		

**IV. Responder solo Si Usted pertenece al área de Responsabilidad Social de su empresa**

<b>Preguntas</b>	4.1. ¿Le parece que el rol que cumplen la comunidad Portuaria con la Sociedad, debe incluir criterios de RSE?	4.2. Es importante para UD, ¿Qué la Comunidad Portuaria, brinden los recursos necesarios para el impulso de la RSE en la sociedad?	4.3. ¿Sería útil contar con empresas de consultorías y capacitación Portuaria como GMS para el desarrollo de actividades de responsabilidad social con la sociedad?
Totalmente en desacuerdo (1)			
En desacuerdo (2)			
Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)			
De acuerdo (4)			
Totalmente de acuerdo (5)			

<b>Preguntas</b>	4.4. ¿Está de acuerdo con que la interacción de la comunidad Portuaria con la sociedad, impacta en los negocios internacionales?	4.5. ¿Le parece importante que los terminales Portuarios deban establecer alianzas estratégicas con empresas de la comunidad portuaria, para un mejor desarrollo de la RSE con la sociedad del entorno e impacte positivamente en los negocios internacionales?
Totalmente en desacuerdo (1)		
En desacuerdo (2)		
Ni de acuerdo ni, en desacuerdo (3)		
De acuerdo (4)		
Totalmente de acuerdo (5)		

Fuente: Elaboración propia

#### Anexo N° 4. Guía de entrevista los colaboradores de GMS Consulting SAC

##### Entrevista a los colaboradores de GMS Consulting SAC

###### I. Información general:

- 1.1. Nombre:
- 1.2. Cargo:
- 1.3. Años que trabaja en GMS:

###### II. Información específica sobre Responsabilidad Social Empresarial

- 2.1. ¿Ud. cree o considera que GMS trabaja con responsabilidad Social empresarial?
- 2.2. En su opinión ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la empresa para con cada uno de sus stakeholders?

###### *Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Económico*

- 2.3. ¿GMS contempla o tiene un presupuesto asignado para un programa de RSE?

###### *Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Ambiental*

- 2.4. ¿GMS tiene algún plan de cuidados del medio ambiental?

###### *Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Social*

- 2.5. Desde su punto de vista, ¿GMS como contribuye con su trabajo, al ser una sociedad más equitativa?

###### I. Información específica sobre Imagen corporativa

- 1.1. ¿Considera usted que GMS tiene una solida imagen corporativa en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?
- 1.2. ¿Cuál es el rol que desempeña GMS a través de su imagen corporativa dentro de la sociedad?
- 1.3. ¿Cuál es el beneficio de GMS para tener una buena reputación y posicionamiento en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?

###### *Imagen corporativa - Posicionamiento*

- 1.4. ¿Como contribuye con su posicionamiento de marca de GMS, en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?

###### *Imagen corporativa - Reputación*

- 1.5. Desde su punto de vista, GMS ¿Cómo construye su reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?

Fuente: Elaboración propia

*Anexo N° 5. Entrevistas a los colaboradores de GMS Consulting SAC*

Nombre	Américo Soto Vargas	Luis Mifflin Rosay	Miguel Ángel Benites Morillas	Dwight Jorge Cajavilca Yengle
Cargo	Gerente General	Gerente de Operaciones	Instructor	Consultor
Tiempo en GMS	11 años	11 años	10 años	3 años
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b>	<b>Responsabilidad Social Empresarial</b>			
	<b>1. ¿Ud. cree o considera que GMS trabaja con responsabilidad Social empresarial?</b>			
	En parte si cuando contribuye a la formación de los trabajadores para mejorar sus competencias para tener mayores oportunidades.	GMS es una empresa que realiza capacitaciones, principalmente en el ámbito marítimo. Durante los años que llevamos en actividad se hace hincapié en la responsabilidad de desarrollar el trabajo que nos toque pensando en el bien de todos aquellos que participan en las mismas e incentivando conductas proactivas.	Considero que sí, ya que el mejor indicador es la fidelidad de sus clientes, que son empresas enmarcadas dentro del compromiso de la responsabilidad social.	GMS cumple con sus responsabilidades empresariales con todos sus empleados y clientes. Requiere desarrollo en la sostenibilidad de sus operaciones.
	<b>2. En su opinión ¿Cuáles son las responsabilidades que tiene la empresa para con cada uno de sus Stakeholders?</b>			
Cientes es Actuar de manera ética, no contaminar los espacios asignados a los entrenamientos. Con los clientes Interno es contribuir al bienestar del trabajador.	La principal responsabilidad de GMS para con sus clientes es brindar el servicio con profesionalismo y con honestidad. Con los colaboradores asegurar un trato correcto y brindar las facilidades para capacitarse continuamente.	Considero que debe ser una actitud proactiva en sus representantes que permitan visualizar a los clientes una imagen de mejora continua y que esta se constituya como la piedra angular que señale el norte de la empresa.	Primero, la calidad de servicio que brinda a sus clientes por lo cual tiene presencia en el mercado. Segundo, el cumplimiento de sus obligaciones legales y contractuales a todo nivel.	
<b>Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Económico</b>				
<b>3. ¿GMS contempla o tiene un presupuesto asignado para un programa de RSE?</b>				

No	No especialmente.	Desconozco	Considero que tiene presupuesto, pero no específicamente para RSE.
<b>Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Ambiental</b>			
<b>4. ¿GMS tiene algún plan de cuidados del medio ambiental?</b>			
No precisamente, pero en la práctica tratamos de respetar el medio ambiente donde interactuamos.	No tenemos un plan específico de cuidados del medio ambiente. En los cursos que se dictan se incluyen módulos en los que se incide en la importancia del medio ambiente y una correcta segregación de desechos.	Indirectamente si, ya que muchas de las capacitaciones tienen como eje fundamental las normas tanto nacionales como internacionales como es el caso del Convenio Marpol, suscrito por nuestro País y que está conceptuado para evitar la contaminación del mar por los buques.	No lo tiene desarrollado completamente, sin embargo, cuenta con las herramientas suficientes para desarrollar planes de gestión medio ambiental.
<b>Responsabilidad Social Empresarial – Desarrollo Social</b>			
<b>5. Desde su punto de vista, ¿GMS como contribuye con su trabajo, al ser una sociedad más equitativa?</b>			
Brindando herramientas para contribuir a la formación y proceso de desarrollo de las personas que a través del conocimiento tengan mejor desempeño más oportunidades de alcanzar metas.	Desarrollando capacitaciones que traten de crear conciencia entre los participantes de las oportunidades de trabajar por un mejor futuro para todos en especial para las generaciones jóvenes.	Teniendo en consideración lo referente al proceso de capacitación podemos decir que GMS si contribuye a una sociedad más equitativa. Por ejemplo, en el caso de cursos puntuales como Seguridad y Salud en el trabajo, se dan las pautas que consisten en recalcar los deberes y derechos de todos los trabajadores, esto permite corregir el actuar de empresas que han venido efectuando malas prácticas de trabajo y que como tal ponen en riesgo a sus colaboradores.	Permite administrar mejor los tiempos tanto laboral como personalmente hablando. Siempre hay la intención de desarrollar servicios nuevos y en consecuencia el entrenamiento de su personal.

<b>IMAGEN CORPORATIVA</b>	<b>Imagen corporativa</b>			
	<b>1. ¿Considera usted que GMS tiene una solida imagen corporativa en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b>			
	No sabría responder tendría que hacer un focus group o encuestas para ver cómo nos ven con respecto a la RSE.	Si, es una empresa reconocida en el medio, así lo demuestran los clientes importantes como DP World, Sudamericana de Fibras, Antamina etc. que regresan constantemente para solicitar más servicios.	Considero que GMS tiene una posición ganada en el ámbito portuario y que podría seguirse haciendo más sólida a través de la mejora continua.	Por supuesto, tiene una gran ventaja competitiva por la calidad de servicios y trayectoria de la empresa y personal.
	<b>2. ¿Cuál es el rol que desempeña GMS a través de su imagen corporativa dentro de la sociedad?</b>			
	Contribuir a la sostenibilidad de la empresa mediante la capacitación y posibilidad de alcanzar mejores puestos de trabajo, mejorando sus competencias para cerrar brechas en lo social.	Garantizar un servicio que ayude al desarrollo de la seguridad y salud ocupacional.	Destaco lo referente al plano de la capacitación, está ceñida a la provisión de cursos de carácter obligatorio dispuesto por la Autoridad Marítima y cuyo fin es la seguridad de la vida humana en el mar y la preservación de los mares a fin de no impactar negativamente al eco sistema marino.	Siempre marca la diferencia con el nivel de servicio brindado a sus clientes.
<b>3. ¿Cuál es el beneficio de GMS para tener una buena reputación y posicionamiento en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b>				
Una imagen de empresa RS, redundante en mayores oportunidades de negocio, ya que al ser identificada como empresa que hace el bien y actúa en forma ética y transparente atrae la mirada.	Al ser reconocidos como una empresa confiable y honesta, se mantienen los clientes y se logran conseguir nuevos precisamente por recomendación de clientes actuales.	Considero en primer lugar que la imagen, que, en mi particular opinión, es el mejor logro profesional que aspira toda institución dedicada a este oficio. Y en segundo lugar esto trae como efecto cascada que haya más personas tratando de lograr su servicio, lo cual finalmente se	El respaldo de la empresa y profesionales hace que GMS tenga bien marcada su reputación dentro del sector, no se limita a los cambios tecnológicos, al contrario, se adapta y actualiza.	

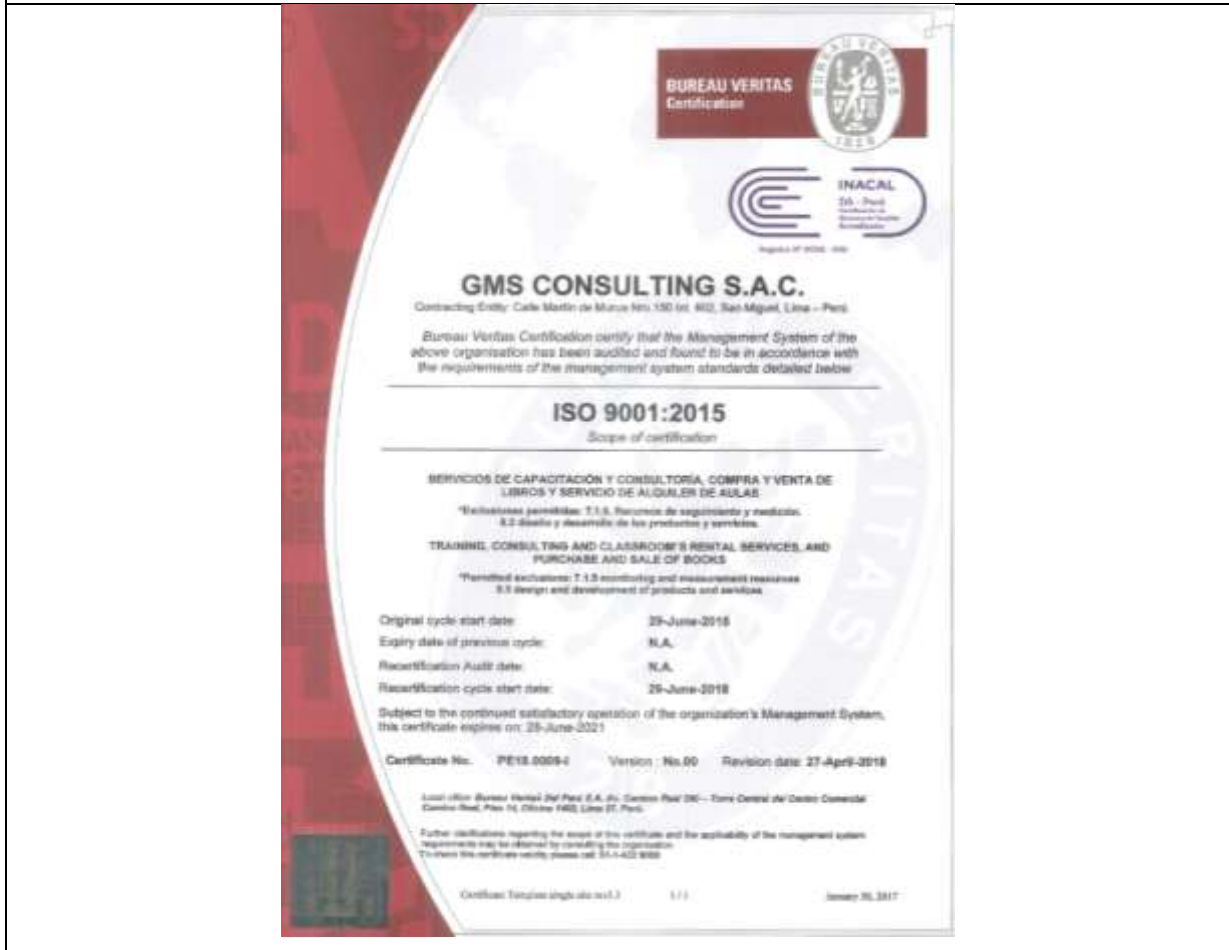
			traduciría en una apertura de mercado con la consecuente mejora económica.	
<b>Imagen corporativa - Posicionamiento</b>				
<b>4. ¿Como contribuye con su posicionamiento de marca de GMS, en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b>				
Sin duda buena imagen como empresa esto atrae clientes, genera confianza.	GMS tiene un área de marketing que está constantemente realizando campañas de difusión y propaganda con los logros de la empresa y promocionando nuevos cursos de interés para el ámbito marítimo portuario.	GMS es una empresa bien posicionada en el ámbito marítimo portuario, siempre está tratando de innovar incluso realiza cursos a medida del cliente.	GMS es una empresa bien vista por el sector portuario, siempre está dentro del Top Ten. Se mantiene a la vanguardia en servicios dentro del sector portuario.	
<b>Imagen corporativa - Reputación</b>				
<b>5. Desde su punto de vista, GMS ¿Cómo construye su reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?</b>				
Actuando en forma ética y transparente, siendo responsable con el medio ambiente y brindando herramientas para mejorar la condición de vida de los trabajadores	A través de su trabajo y encuestas de satisfacción de clientes. Campañas de difusión de trabajos y reconocimientos recibidos.	Con su planta de instructores o consultores, los cuales tienen una vasta experiencia en el mundo de las capacitaciones y consultorías, debiéndose destacar la especialización de muchos de ellos, lo cual le da un valor agregado tanto a las capacitaciones como auditorías.	Lo hace a través de la actualización de sus servicios y trascendencia en el mercado.	

Fuente: Elaboración propia basada en las entrevistas

**Anexo N° 6. Ficha de análisis documental – Certificados de Calidad ISO 9001:2015**

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2018				
<b>VARIABLE:</b> IMAGEN CORPORATIVA				
<b>DIMENSIÓN:</b> REPUTACIÓN				
<b>INDICADOR:</b> CERTIFICADO DE CALIDAD - ISO 9001:2015				

**ANALISIS DOCUMENTAL**




**DESCRIPCIÓN:**

GMS Cuenta con Certificación de Calidad ISO 9001:2015, lo cual refleja las buenas prácticas de mejora continua y calidad de servicios que la empresa ofrece.



**Anexo N° 7. Ficha de análisis documental – Certificados de Proceso de Homologación de Proveedores para el Grupo DP World**

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2020				
<b>VARIABLE:</b> IMAGEN CORPORATIVA				
<b>DIMENSIÓN:</b> POSICIONAMIENTO				
<b>INDICADOR:</b> CERTIFICADOS DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES PARA DP WORLD				
<b>ANÁLISIS DOCUMENTAL</b>				
				
<b>DESCRIPCIÓN:</b>				
<p>GMS Consulting, fue evaluada por CORPORACIÓN HODELPE S.A.C. en ámbito información general, Compliance, Financiero, Legal y Recursos Humanos, con el fin de homologarse como proveedores del Grupo Dp World, esto es indicador de que se cumple con los estrictos estándares y afianzando sus relaciones comerciales con sus clientes, generando la confianza y credibilidad en sus procesos. Asimismo, es sinónimo de las buenas prácticas de RSE que GMS ha incorporado y viene actualizando a lo largo de los años con respecto al Desarrollo Social y Desarrollo Económico.</p>				


*Anexo N° 8. Ficha de análisis documental – Certificados de Evaluación de Seguridad, Salud y Medio Ambiente*

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2021				
<b>VARIABLE:</b> RESPONSABILIDAD SOCIAL				
<b>DIMENSIÓN:</b> DESARROLLO AMBIENTAL / DESARROLLO SOCIAL				
<b>INDICADOR:</b> CERTIFICADOS DE EVALUACIÓN DE SEGURIDAD, SALUD Y MEDIO AMBIENTE				
<b>ANÁLISIS DOCUMENTAL</b>				
				
<b>DESCRIPCIÓN:</b>				
<p>GMS Consulting, fue evaluada por SGS del Perú, en temas de Seguridad, salud y Medio Ambiente como proceso de homologación de proveedores para la Compañía Minera Antamina, esto es indicador de que se cumple con los estrictos estándares y afianzando sus relaciones comerciales con sus clientes, generando la confianza y credibilidad en sus procesos; Asimismo es sinónimo de las buenas prácticas de RSE que GMS ha incorporado y viene actualizando a lo largo de los años con respecto al Desarrollo Social y Desarrollo Ambiental.</p>				

**Anexo N° 9. Ficha de análisis documental – Certificados de Organización de Protección y Seguridad Reconocida por la Autoridad Portuaria Nacional**


<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2018				
<b>VARIABLE:</b> IMAGEN CORPORATIVA				
<b>DIMENSIÓN:</b> REPUTACIÓN				
<b>INDICADOR:</b> CERTIFICADOS DE ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN Y SEGURIDAD RECONOCIDA POR LA AUTORIDAD PORTUARIA NACIONAL				
<b>ANÁLISIS DOCUMENTAL</b>				
				
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b></p> <p>GMS Consulting, cuenta con la Autorización de la Autoridad Portuaria Nacional para brindar servicios de consultorías y capacitaciones a nivel Portuarios, esto es indicador de que se cumple con las normativas nacionales, por ende, genera la confianza y credibilidad en sus servicios.</p>				

*Anexo N° 10. Ficha de análisis documental – Informe ejecutivo Ámbito Financiero*

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2020				
<b>VARIABLE:</b> RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
<b>DIMENSIÓN:</b> DESARROLLO ECONÓMICO				
<b>INDICADOR:</b> INFORME EJECUTIVO EMPRESA HODELPE				
<b>ANALISIS DOCUMENTAL</b>				
				
<p><b><u>ÁMBITO FINANCIERO</u></b></p> <p><b>Hallazgos positivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa cuenta con liquidez para afrontar sus deudas corrientes.</li> <li>• La rotación de activos es mayor a la unidad generando la eficiencia en el uso de los activos.</li> <li>• El respaldo del endeudamiento es mayor al endeudamiento total en el último periodo 2019.</li> <li>• Los índices de rentabilidad decrecieron en el último periodo evaluado 2019             <ul style="list-style-type: none"> <li>– El índice de la rentabilidad neta aumentó en el periodo.</li> <li>– El índice de la rentabilidad de la inversión aumentó en el periodo.</li> <li>– El índice de rendimiento sobre le capital aumento en el periodo.</li> </ul> </li> <li>• El endeudamiento de largo plazo es mayor al endeudamiento de corto plazo.</li> <li>• El índice de apalancamiento financiero es mayor al índice de importancia del capital propio.</li> </ul> <p><b>Hallazgos negativos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los índices de rentabilidad decrecieron en el último periodo evaluado 2019.             <ul style="list-style-type: none"> <li>– El índice de la rentabilidad bruta decreció en el periodo.</li> <li>– El índice de la rentabilidad operativa decreció en el periodo.</li> </ul> </li> </ul>				
<b>DESCRIPCIÓN:</b>				
Podemos apreciar que la empresa cuenta con mayor porcentaje de hallazgos positivos según lo evaluado por la empresa Hodelpe. GMS Consulting, cuenta con liquidez para afrontar deudas y cumplir con el pago de sus				

obligaciones, asimismo se aprecia que el índice de rentabilidad decreció en el año 2019, sin embargo, no es perjudicial para el Desarrollo económico bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial.

**Anexo N° 11. Ficha de análisis documental – Informe ejecutivo Ámbito Legal y RRHH**

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2020				
<b>VARIABLE:</b> RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
<b>DIMENSIÓN:</b> DESARROLLO SOCIAL				
<b>INDICADOR:</b> INFORME EJECUTIVO EMPRESA HODELPE				
<b>ANALISIS DOCUMENTAL</b>				
				

**ÁMBITO LEGAL Y RECURSOS HUMANOS**

**Hallazgos positivos:**

- Su contador se encuentra habilitado en el Colegio de Contadores del departamento de Lima.
- Envío licencia de funcionamiento.
- Envío el certificado INDECI.
- Envío su Ficha de Registro Único del Contribuyente. (RUC)
- Envío el testimonio o constitución de la empresa y vigencia de Poder.
- Envío la Declaración Jurada (PDT) de los dos últimos años tanto la constancia de presentación.
- Envío antecedentes penales y policiales de sus representantes legales.
- Envío la lista de personal detallando la cantidad de personas en planilla.
- Señalo la frecuencia con las que realiza las encuestas de clima laboral.
- Realiza capacitación a su personal.
- Cuenta con un programa de incentivos para su personal.
- Evidencio el procedimiento de selección de su personal.
- Evidencio el pago de los tres últimos meses a ESSALUD.
- Evidencio el pago de los tres últimos meses a la AFP / SNP.
- Adjunto el detalle de Plame R15 de los tres últimos meses.
- Se verificó que en la Central de Riesgo registra una calificación: MINIMO RIESGO.

**PUNTOS INFORMATIVOS CUMPLIDOS**


- Implemento la Ley N°27942 (Ley Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual) en su empresa.
- Cuenta con una política de prevención de acoso sexual.
- Realiza capacitaciones en temas relacionados a prevención de acoso sexual e igualdad de género en el trabajo.
- Cuenta con un comité para la Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual.
- La Alta dirección ha sido capacitada en temas referentes a la igualdad de género.
- Indico información si se ha identificado la ley N°30709 en la matriz de requisitos legales.

**DESCRIPCIÓN:**

Podemos apreciar que la empresa cuenta con mayor porcentaje de hallazgos positivos según lo evaluado por la empresa Hodelpe, con respecto a cumplimiento de leyes y beneficios sociales de sus colaboradores, esto es indicador de que se cumple con las normativas nacionales, por ende, genera la confianza ante sus clientes.

*Anexo N° 12. Ficha de análisis documental – Política de Seguridad Salud y Medio Ambiente*

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA GMS CONSULTING SAC</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN:</b>	CUANTITATIVO <input type="radio"/>	CUALITATIVO <input checked="" type="radio"/>		
<b>TIPO DE FUENTE:</b>	FOTO <input type="radio"/>	ANÁLISIS ESTADÍSTICO <input type="radio"/>	DOCUMENTOS <input checked="" type="radio"/>	TESIS <input type="radio"/>
<b>FUENTE:</b> GMS CONSULTING SAC				
<b>AÑO DE PUBLICACIÓN:</b> 2020				
<b>VARIABLE:</b> RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
<b>DIMENSIÓN:</b> DESARROLLO AMBIENTAL				
<b>INDICADOR:</b> POLITICA DE SEGURIDAD, SALUD Y MEDIO AMBIENTE				
<b>ANALISIS DOCUMENTAL</b>				



**GMS CONSULTING**

## POLITICA DE SEGURIDAD, SALUD Y MEDIO AMBIENTE


En GMS CONSULTING es una organización dedicada a brindar capacitaciones, consultorías y certificaciones en el ámbito Industrial, Minero y Marítimo Portuario, consideramos nuestro recurso humano como el más importante en la empresa, donde la seguridad, la salud y el respeto al medio ambiente son pilares en nuestra organización.

Por lo cual no comprometemos a:

- Fomentar entre nuestros colaboradores la realización de los trabajos, actividades y servicios brindados por nuestra empresa en forma segura.
- Proteger a nuestros trabajadores a través de la aplicación de herramientas adecuadas, promoviendo la prevención de accidentes mediante el control de los riesgos en el trabajo.
- Nuestras actividades están orientadas a la protección del medio ambiente.
- Cumplir con la legislación nacional vigente y los requisitos internos.
- Garantizar la consulta y participación de nuestros trabajadores y sus representantes promoviendo su participación en el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.
- Nuestro sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo es compatible con otros sistemas de gestión de nuestra organización.
- Realizar la revisión y actualización de nuestra política, objetivos y documentos del sistema de seguridad, salud y medio ambiente en el marco de la mejora constante.

San Miguel, 08 de enero del 2020

Atentamente



Américo Soto Vargas  
Gerente General

POL-SSMA-001  
V-04

Calle Martín de Murúa N° 100, Oficina 002 San Miguel  
Teléfono: 01-484-8384  
informes@gmsconsulting.pe  
www.gmsconsulting.pe

**DESCRIPCIÓN:**  
GMS Consulting ha establecido una política de Seguridad, salud y Medio Ambiente, esto es sinónimo de las buenas prácticas que GMS ha incorporado y viene actualizando a lo largo de los años generando la confianza y credibilidad en sus procesos.

*Anexo N° 13. Carta de presentación de Validación de instrumentos a través de juicio de expertos*

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo Bachiller de la escuela de Administración y Negocios Internacionales de la UPN, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz de Consistencia
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Lizeth Beatriz Molina Cuellar

DNI 45741993



**Anexo 14: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Vi	<b>DIMENSIÓN 1: Desarrollo Económico</b>													
1	<b>Indicador: Cumplimiento de pagos de obligaciones de la empresa</b>													
	Si GMS Cumple con el pago de las obligaciones (impuestos, municipalidad, beneficios sociales) ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?													
2	<b>Indicador: Cumplimiento de valor agregado a los Stakeholders</b>													
	Si GMS implementaría un programa de valor agregado a sus stakeholders, ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?													
Vi	<b>DIMENSIÓN 2: Desarrollo Ambiental</b>													
3	<b>Indicador: Capacitaciones en temas medioambientales</b>													
	Sí GMS cuenta con programa de capacitaciones en temas MA, ¿así como sus colaboradores demuestran cultura MA cuando realizan visitas a las instalaciones de los clientes, sería relevante al desarrollo Ambiental?													
4	<b>Indicador: Contribución a reducir la huella de carbono</b>													
	¿Considera usted que las consultorías y capacitaciones en remoto que brinda GMS, contribuyen a reducir la huella de carbono?													
Vi	<b>DIMENSIÓN 3: Desarrollo Social</b>													
5	<b>Indicador: Cumplimiento de Normativas vigentes</b>													
	Es relevante para el desarrollo social, que GMS cuente con un Sistema de SST, y que cumpla con las normativas vigentes nacionales y/o internacionales?													
6	<b>Indicador: Implementación de programa de RSE</b>													
	¿Contar con un programa de responsabilidad social con la comunidad Portuaria, es relevante para el desarrollo social?													
Vd	<b>DIMENSIÓN 4: Reputación</b>													

<b>Indicador: Satisfacción de los Clientes</b>													
7	¿Cree usted que GMS Consulting ofrece capacitaciones y consultorías portuarias servicios de calidad?												
<b>Indicador: Lealtad de los stakeholders</b>													
8	¿Seguiría trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?												
Vd	<b>DIMENSIÓN 5: Posicionamiento</b>												
<b>Indicador: Tiempo en el mercado</b>													
9	¿Conoce a que se dedica la empresa y/o que servicios brinda?												
<b>Indicador: Prestigio</b>													
10	¿UD recomendaría a GMS Consulting en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?												

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:      **Aplicable** [  ]      **Aplicable después de corregir** [  ]      **No aplicable** [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: .....      DNI:.....

Especialidad del validador.....

..... de mayo del 2021

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

-----

**Firma del Experto Informante.**

**Especialidad**

*Anexo 151. Validación de Expertos – N°1 Wendy Núñez del Arco Vivanco*

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Responsabilidad Social empresarial y la imagen Corporativa

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Vi	<b>DIMENSIÓN 1: Desarrollo Económico</b>													
	<b>Indicador: Cumplimiento de pagos de obligaciones de la empresa</b>													
1	Si GMS Cumple con el pago de las obligaciones (impuestos, municipalidad, beneficios sociales) ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?				X				X				X	
	<b>Indicador: Cumplimiento de valor agregado a los Stakeholders</b>													
2	Si GMS implementaría un programa de valor agregado a sus stakeholders, ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?				X				X			X		Explicar en qué radica el valor agregado.
Vi	<b>DIMENSIÓN 2: Desarrollo Ambiental</b>													
	<b>Indicador: Capacitaciones en temas medioambientales</b>													
3	Si GMS cuenta con programa de capacitaciones en temas MA, ¿así como sus colaboradores demuestran cultura MA cuando realizan visitas a las instalaciones de los clientes, sería relevante al desarrollo Ambiental?				X				X				X	
	<b>Indicador: Contribución a reducir la huella de carbono</b>													
4	¿Considera usted que las consultorías y capacitaciones en remoto que brinda GMS, contribuyen a reducir la huella de carbono?				X				X				X	
Vi	<b>DIMENSIÓN 3: Desarrollo Social</b>													
	<b>Indicador: Cumplimiento de Normativas vigentes</b>													
5	Es relevante para el desarrollo social, que GMS cuente con un Sistema de SST, y que cumpla con las normativas vigentes nacionales y/o internacionales?				X				X				X	
	<b>Indicador: Implementación de programa de RSE</b>													

6	¿Contar con un programa de responsabilidad social con la comunidad Portuaria, es relevante para el desarrollo social?				x					x					x
Vd	<b>DIMENSIÓN 4: Reputación</b>														
	<b>Indicador: Satisfacción de los Clientes</b>														
7	¿Cree usted que GMS Consulting ofrece capacitaciones y consultorías portuarias servicios de calidad?				x					x				x	Redactor mejor la pregunta
	<b>Indicador: Lealtad de los stakeholders</b>														
8	¿Seguiría trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?				x					x				x	Profundizar la pregunta respecto al atributo principal percibido.
Vd	<b>DIMENSIÓN 5: Posicionamiento</b>														
	<b>Indicador: Tiempo en el mercado</b>														
9	¿Conoce a que se dedica la empresa y/o que servicios brinda?				x					x				x	
	<b>Indicador: Prestigio</b>														
10	¿UD recomendaría a GMS Consulting en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?				x					x				x	

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [ ]   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Mg. Wendy Karina Nuñez del Arca Vivanco   DNI: 09222222

Especialidad del validador: \_\_\_\_\_

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

...15... de mayo del 2021

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante.  
 Especialidad

**Anexo 16. Validación de Expertos – N°2 Elizabeth Mayuri Ramos**

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Responsabilidad Social empresarial y la imagen Corporativa

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Vi	<b>DIMENSIÓN 1: Desarrollo Económico</b>													
	<b>Indicador: Cumplimiento de pagos de obligaciones de la empresa</b>													
1	Si GMS Cumple con el pago de las obligaciones (impuestos, municipalidad, beneficios sociales) ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?				X				X				X	
	<b>Indicador: Cumplimiento de valor agregado a los Stakeholders</b>													
2	Si GMS implementaría un programa de valor agregado a sus stakeholders, ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?				X				X				X	
Vi	<b>DIMENSIÓN 2: Desarrollo Ambiental</b>													
	<b>Indicador: Capacitaciones en temas medioambientales</b>													
3	Si GMS cuenta con programa de capacitaciones en temas MA, ¿asi como sus colaboradores demuestran cultura MA cuando realizan visitas a las instalaciones de los clientes, sería relevante al desarrollo Ambiental?				X				X				X	
	<b>Indicador: Contribución a reducir la huella de carbono</b>													
4	¿Considera usted que las consultorias y capacitaciones en remoto que brinda GMS, contribuyen a reducir la huella de carbono?				X				X				X	
Vi	<b>DIMENSIÓN 3: Desarrollo Social</b>													
	<b>Indicador: Cumplimiento de Normativas vigentes</b>													
5	Es relevante para el desarrollo social, que GMS cuente con un Sistema de SST, y que cumpla con las normativas vigentes nacionales y/o internacionales?				X				X				X	
	<b>Indicador: Implementación de programa de RSE</b>													

6	¿Contar con un programa de responsabilidad social con la comunidad Portuaria, es relevante para el desarrollo social?				X					X							X
Vd	<b>DIMENSIÓN 4: Reputación</b>																
	<b>Indicador: Satisfacción de los Clientes</b>																
7	¿Cree usted que GMS Consulting ofrece capacitaciones y consultorías portuarias servicios de calidad?				X					X							X
	<b>Indicador: Lealtad de los stakeholders</b>																
8	¿Seguiría trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?				X					X							X
Vd	<b>DIMENSIÓN 5: Posicionamiento</b>																
	<b>Indicador: Tiempo en el mercado</b>																
9	¿Conoce a que se dedica la empresa y/o que servicios brinda?				X					X							X
	<b>Indicador: Prestigio</b>																
10	¿UD recomendaría a GMS Consulting en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?				X					X							X

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ X ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: ..... Mg. ELIZABETH MAYURI RAMOS .....        DNI:..... 40964593 .....

Especialidad del validador..... Maestra en Marketing y Negocios Internacionales .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



17 de mayo del 2021

.....  
**Firma del Experto Informante.**  
**Especialidad**

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Anexo 17. Validación de Expertos – N°3 Trudy Tannert**

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Responsabilidad Social empresarial y la imagen Corporativa

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
Vi	<b>DIMENSIÓN 1: Desarrollo Económico</b>													
	<b>Indicador: Cumplimiento de pagos de obligaciones de la empresa</b>													
1	Si GMS Cumple con el pago de las obligaciones (impuestos, municipalidad, beneficios sociales) ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?				X				X				X	CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.
	<b>Indicador: Cumplimiento de valor agregado a los Stakeholders</b>													
2	Si GMS implementaría un programa de valor agregado a sus stakeholders, ¿impactaría positivamente al desarrollo económico?				X				X				X	CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.
Vi	<b>DIMENSIÓN 2: Desarrollo Ambiental</b>													
	<b>Indicador: Capacitaciones en temas medioambientales</b>													
3	Si GMS cuenta con programa de capacitaciones en temas MA, ¿así como sus colaboradores demuestran cultura MA cuando realizan visitas a las instalaciones de los clientes, sería relevante al desarrollo Ambiental?				X				X				X	CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.
	<b>Indicador: Contribución a reducir la huella de carbono</b>													
4	¿Considera usted que las consultorías y capacitaciones en remoto que brinda GMS, contribuyen a reducir la huella de carbono?				X				X				X	CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.
Vi	<b>DIMENSIÓN 3: Desarrollo Social</b>													
	<b>Indicador: Cumplimiento de Normativas vigentes</b>													
5	Es relevante para el desarrollo social, que GMS cuente con un Sistema de SST, y que cumpla con las normativas vigentes nacionales y/o internacionales?				X				X				X	CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.
	<b>Indicador: Implementación de programa de RSE</b>													



6	¿Contar con un programa de responsabilidad social con la comunidad Portuaria, es relevante para el desarrollo social?				X				X			X	<b>CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.</b>
Vd	<b>DIMENSIÓN 4: Reputación</b>												
<b>Indicador: Satisfacción de los Clientes</b>													
7	¿Cree usted que GMS Consulting ofrece capacitaciones y consultorías portuarias servicios de calidad?				X				X			X	<b>CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.</b>
<b>Indicador: Lealtad de los stakeholders</b>													
8	¿Seguiría trabajando con GMS por su buena reputación en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?				X				X			X	<b>CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.</b>
Vd	<b>DIMENSIÓN 5: Posicionamiento</b>												
<b>Indicador: Tiempo en el mercado</b>													
9	¿Conoce a que se dedica la empresa y/o que servicios brinda?				X				X			X	
<b>Indicador: Prestigio</b>													
10	¿UD recomendaría a GMS Consulting en la industria de capacitaciones y consultorías portuarias?				X				X			X	<b>CUIDADO CON LAS PREGUNTAS TENDENCIOSAS.</b>

**Observaciones: ENCUENTRO UN BUEN INSTRUMENTO, SOLO REFORMULAR LAS PREGUNTAS A MODO DE QUE NO SEAN TENDENCIOSAS, YA QUE DANDO ADJETIVOS POSITIVOS EN TODAS LAS PREGUNTAS, EMPUJAN LA RESPUESTA DE LA MUESTRA HACIA LO QUE QUIERE OBTENER, Y POR ELLO PODRÍA PERDERSE OBJETIVIDAD.**

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ ]**        **Aplicable después de corregir [ X ]**        **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **MG.TRUDY TANNERT RENGIFO**        **DNI:44576327**

Especialidad del validador **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

**Especialidad**

**18 de mayo del 2021**

*Anexo N° 18. Imágenes de las entrevistas realizadas a los Colaboradores de GMS Consulting SAC*

*Gerente General - Américo Soto Vargas*



*Gerente de Operaciones - Luis Mifflin Rosay*



*Consultor - Dwight Jorge Cajavilca Yengle*



*Instructor - Miguel Ángel Benites Morillas*



Anexo N° 19. Encuestas en Google Forms a los Stakeholders de GMS Consulting SAC



**Encuesta a los Stakeholders de GMS Consulting SAC**

Estimados, agradecemos que pueda responder el siguiente cuestionario, el mismo que servirá para elaborar la investigación de “Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC”, este estudio es realizado por la facultad de la Universidad Privada del Norte, con el fin de obtener el Título de Licenciado de Administración y Negocios Internacionales.

**1.1. Seleccione el tipo de Stakeholders es:**

- Colaboradores
- Proveedores (consultores e instructores)
- Administrativos
- Clientes
- Área RSE de los clientes

**1.2. Tiempo trabajando en o con GMS:**

- 0 a 2 años
- 3 a 5 años
- 6 años a más
- 11 años a más

**1.3. Cual es el rango de su edad:**

- 18 a 22 años
- 23 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 años a más

Siguiente



**Responsabilidad Social Empresarial - Desarrollo Económico:**

4.1. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

4.2. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

**Responsabilidad Social Empresarial - Desarrollo Ambiental:**

4.3. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

4.4. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

**Responsabilidad Social Empresarial - Desarrollo Social:**

4.5. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

4.6. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)



**Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC**

**Imagen Corporativa - Participaciones:**

4.7. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

4.8. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

**Imagen Corporativa - Reputación:**

4.9. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)

4.10. ¿Cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc. (¿cómo le percibe a una empresa que cumple con las obligaciones laborales, ambientales, financieras, sociales, etc.?)



**Responsabilidad Social Empresarial - Desarrollo Económico:**

4.1. La percepción que el rol que cumple en la sociedad. Percibir con la sociedad debe estar orientado a RSE?

4.2. Si importante para RSE, ¿qué la percibe? Percibir desde las acciones necesarias para el impulso de la RSE en la sociedad?

4.3. ¿Cómo percibe con empresas de consultoría y capacitación. Percibir como RSE para el desarrollo de actividades de responsabilidad social con la sociedad?

4.4. ¿Qué le percibe con que la percepción de la sociedad. Percibir con la sociedad, respecto a las regiones administrativas?

4.5. ¿Qué percibe importante para la sociedad? Percibir desde las acciones necesarias para el impulso de la RSE en la sociedad, respecto a las regiones administrativas?

## *Anexo N° 20. Constancia de envío de correo electrónico solicitando encuestas a los Stakeholders de GMS Consulting SAC*

De: Lizeth Molina <l Molina@gmsconsulting.pe>

Date: Jue. 29 de abr. de 2021 a la(s) 21:50

Subject: Encuesta: "Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC"

To: econtreras@transtotalperu.com, agavidia@diamante.com.pe, cadvincula@transtotalperu.com, Cesar.Sanchez@valero.com, ALFONSO.CHAVARRI@mi skimayo.com, jpastor@petroperu.com.pe, pedro.fernandez@oiltanking.com, nbellidoo@tisur.com.pe, jloli@tralsa.com, jvila@tralsa.com, Nelly.Chahua@dpw orldcallao.com.pe, operacionesperu@grupozeta.com.pe, apezo@sdef.com, hmecklemburg@quimpac.com.pe, Juan.Fisfalen@valero.com, odiaz@quimpac.c om.pe, amazongas@amazongas.com.pe, elecca@sider.com.pe, javier.lugo@pe.engie.com, jorge.comejo@pe.engie.com, victor.zapata@euroandino.com.pe, apastor@gym.com.pe, asabac@tisur.com.pe, AVillamarD@lpo.com.pe, blostaunau@petroperu.com.pe, btanchiva@enapu.com.pe, Caza@southernperu.co m.pe, cesar.comejo@apmterminals.com, comespita.comerciales@marina.pe, cpalominov@solgas.com.pe, ctrevejo@huntloc.pe, f.silva@tpparacas.com.pe, f ernando.valdivieso@dpworldcallao.com.pe, gvizcarra@tdp.com.pe, javier.sanchez@euroandino.com.pe, yulloa@colpex.com.pe, lcarranzac@tramarsa.com.p e, liderman.jalban@antamina.com, lmansilla@shougang.com.pe, rarrunategui@austral.com.pe, lrodriguez@austral.com.pe, mcornejod@gmp.com.pe, miguel .moralesc@apmterminals.com, opip@copam.com.pe, oscar.luna@unacem.com.pe, seguridad\_tpilo@enapu.com.pe, mlara@huntloc.pe, mnizama@petroper u.com.pe, ocaamano@petroperu.com.pe, ptello@petroperu.com.pe, ralmeida@petroperu.com.pe, rdelaborda@petroperu.com.pe, rpaih@tramarsa.com.pe, r r eyes@petroperu.com.pe, rurizare@tramarsa.com.pe, s.dondero@tpparacas.com.pe, spalma@sati.com.pe, vayala@gmp.com.pe, vvillavicencio@tdp.com.pe, wespinosa@enapu.com.pe>, francisco.egues@repsol.com, jfrubiop@repsol.com, renzoalejandro.tejada@repsol.com, laura.ramirez@repsol.com, AVasquez G@lpo.com.pe>, jtakatam@lpo.com.pe, ladanaque@petroperu.com.pe, hjarama@cosmos.com.pe, jbastarrachea@petroperu.com.pe, roberto.conceicao@va le.com, jorge.conde@vale.com, vromero@jppq.com.pe, jtam@enapu.com.pe, prui@enapu.com.pe, tpsalaverry@enapu.com.pe, hlor@colpex.com.pe, maco sta@bluepacificoils.com, culfe@antamina.com, cagonzalesc@tdp.com.pe>, giancarloabel@bluepacificoils.com, hcordovav@cports.com.pe, fernandolvg@h otmail.com, calarcon@gmp.com.pe

Estimados Señores,

Agradeceré que pueda responder el siguiente cuestionario, el mismo que servirá para elaborar la investigación de "Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC", este estudio es realizado por el bachiller de la Universidad Privada del Norte, con el fin de obtener el Título de Licenciada de Administración y Negocios Internacionales.

Link: <https://forms.gle/Uro43o1vwmMz6uQW9>

Muchas gracias por su amable apoyo.

Saludos Cordiales

Lizeth Molina Cuellar  
Administradora

Tel.: (01) 4948354 Anexo 102

Cel.: 51+ 990050190

Dirección: Calle Martín de Murua N° 150, Oficina 902 San Miguel

*Anexo N° 21. Constancia de envío de correo electrónico solicitando las entrevistas a los colaboradores de GMS Consulting SAC*

**De:** Lizeth Molina <lmolina@gmsconsulting.pe>

**Date:** Jue. 29 de abr. de 2021 a la(s) 20:01

**Subject:** Entrevista: "Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC"

**To:** americosoto@gmsconsulting.pe; lmifflin@gmsconsulting.pe; consultor\_externo\_gms@gmail.com; mbenites@gmail.com

Estimados Señores,

Agradeceré que pueda participar en una entrevista vía zoom, el mismo que servirá para elaborar la investigación de "Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa Internacional de GMS Consulting SAC", este estudio es realizado por el bachiller de la Universidad Privada del Norte, con el fin de obtener el Título de Licenciada de Administración y Negocios Internacionales.

Muchas gracias por su amable apoyo.

Saludos Cordiales

Lizeth Molina Cuellar

**Administradora**

**Tel.:** (01) 4948354 Anexo 102

**Cel.:** 51+ 990050190

**Dirección:** Calle Martín de Murua N° 150, Oficina 902 San Miguel