

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU
RELACIÓN CON LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA
EMPRESA DANPER TRUJILLO SAC, TRUJILLO -
2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Bach. Chavez Camacho, María Fernanda

Bach. Valdiviezo Yabar, Kiara Dayana

Asesor:

Dr. Higinio Guillermo Wong Aitken

Trujillo - Perú

2020

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
INDICE DE FIGURAS	6
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Realidad Problemática.....	9
1.2. Antecedentes	17
1.3. Marco Teórico	28
1.4. Marco conceptual:	56
1.5. Formulación del problema	56
1.6. Objetivos.....	56
1.7. Hipótesis	57
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	58
2.1. Tipo de investigación	58
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	58
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.	59
2.4. Aspectos éticos	61
CAPÍTULO III. RESULTADOS	63
3.1. Resultados estadísticos.....	63
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	78
4.1. Discusión	78
4.1. Conclusiones y Recomendaciones.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Programas de Responsabilidad Social.	13
Tabla 2: Componentes de la Imagen Corporativa	38
Tabla 3: Localidades del distrito de Virú.	59
Tabla 4: Conocimiento acerca de la empresa Danper Trujillo S.A.C.....	63
Tabla 5: Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	64
Tabla 6: Responsabilidad Social Empresarial, por dimensiones e indicadores, de la empresa Danper Trujillo S.A.C.....	65
Tabla 7: Medidas resumen de los indicadores considerados para medir la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	66
Tabla 8: Imagen Pública respecto al Entorno de la empresa Danper Trujillo S.A.C.....	67
Tabla 9: Imagen Pública respecto a los Medios de Comunicación de la empresa Danper Trujillo S.A.C.....	68
Tabla 10: Zona de residencia, de la Responsabilidad social empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	69
Tabla 11: Opinión según sexo, de la Responsabilidad social empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	70
Tabla 12: Opinión, según si trabaja o no en Danper, de la Responsabilidad social empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	71
Tabla 13: Opinión, según la zona de residencia, respecto a la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C.....	72
Tabla 14: Opinión, según sexo, respecto a la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	73
Tabla 15: Opinión, según si trabaja o no en Danper, respecto a la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.	74
Tabla 16: Análisis de Correlación entre la Responsabilidad social empresarial y la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.	75
Tabla 17: Análisis de Regresión Lineal entre la Responsabilidad social empresarial y el Indicador Medios de comunicación de la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	76
Tabla 18: Matriz de Operacionalidad de variables.....	88
Tabla 19: “ENCUESTA A LOS POBLADORES PERTENECIENTES AL DISTRITO DE VIRÚ, CON RESPECTO A TEMAS DE RSE E IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA DANPER TRUJILLO SAC”.....	89
Tabla 20: Estadístico de consistencia interna del cuestionario.....	92
Tabla 21: Estadístico de consistencia interna del cuestionario si se suprime un ítem. Estadísticas del toral de elemento.....	92
Tabla 22: Estadístico de consistencia interna del cuestionario	95
Tabla 23: Estadístico de consistencia interna del cuestionario si se suprime un ítem. Estadísticas del toral de elemento.....	95

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ecosistema de medios Danper. Nota: Autoría propia.....	16
Figura 2: Principios de la RSE. Fuente: Pacto Mundial (1999).....	30
Figura 3: Factores de la RSE. Fuente: Bobadilla, et al. (2015).....	31
Figura 4: Grupos de interés. Fuente: González (2001)	32
Figura 5: Ventajas de una buena Imagen Corporativa. Fuente: EAE Business School (2020).	37
Figura 6: Dimensiones de la Imagen Corporativa. Nota: Autoría propia.	39
Figura 7: Programa de Política de Identidad Corporativa (CIPP) – VAN RIEL. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.	43
Figura 8: Componentes de la Imagen Corporativa. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.....	44
Figura 9: Elementos de la Auditoría de la imagen. Nota: Autoría propia.	45
Figura 10: Modelo de la auditoría de la imagen – JUSTO VILLAFANE. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.	46
Figura 11: Modelo de cuantificación de la imagen corporativa. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.....	47
Figura 12: Modelo de Cuestionario en base a la escala Likert. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.....	48
Figura 13: Modelo de Cuestionario – Estrategia de RR.HH. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.....	49
Figura 14: Sistema de investigación de la imagen de la empresa – SANZ DE LA TAJADA. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.	53
Figura 15: Implantación y Gestión de la Imagen – JOAN COSTA. Fuente: Vahos (2013), Imagen Corporativa: modelos de gestión.....	54
Figura 16: Conocimiento acerca de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020. Nota: Autoría propia.	63
Figura 17: Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020. Nota: Autoría propia.....	64
Figura 18: Puntaje promedio de los indicadores considerados para medir la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C.	66
Figura 19: Imagen Pública respecto a los Medios de Comunicación de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.....	69
Figura 20: Zona de residencia, de la Responsabilidad social empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.....	70
Figura 21: Opinión, según sexo, de la Responsabilidad social empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.....	71
Figura 22: Opinión, según si trabaja o no en Danper, de la Responsabilidad social empresarial de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.	72
Figura 23: Opinión, según la zona de residencia, respecto a la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.	73
Figura 24: Opinión, según sexo, respecto a la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.....	74
Figura 25: Opinión, según si trabaja o no en Danper, respecto a la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.	75
Figura 26: Diagrama de dispersión entre la Responsabilidad social empresarial y Medios de comunicación de la Imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo, 2020.	76

RESUMEN

En la actualidad, el término Responsabilidad Social Empresarial ha tomado gran importancia y protagonismo en nuestro país. Más allá de ser un hecho voluntario, es un compromiso que cada empresa debe asumir, no solo con el fin de generar mayores ingresos o ganarse un mejor puesto en el mercado, si no velar por la condición de cada uno de sus colaboradores, de las comunidades y en el cuidado del medio ambiente.

La presente investigación de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, transversal y correlacional tiene como principal objetivo determinar si las prácticas de RSE que ejerce la empresa Danper guardan relación con la imagen corporativa que refleja. En efecto, se formuló el problema de investigación: ¿De qué manera la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona en la imagen corporativa de la empresa Danper Trujillo S.A.C. Trujillo 2020? Para la recolección de información, se realizó una encuesta a 557 pobladores del Distrito de Virú, pudiendo reunir todos los datos necesarios para ser procesados de manera estadística.

Se puede concluir que, el 62% de pobladores tienen una muy buena opinión con respecto a la RSE que esta empresa pone en práctica, siendo o no trabajadores de la misma, además un 61.3% coinciden que el factor clave en una empresa es la Imagen, la cual transmite (en un 47.6%) compromiso dentro de su comunidad. Finalmente, se afirma que la relación entre ambas variables de estudio es muy fuerte y significativa según el coeficiente de correlación de Pearson (0.893). De tal manera, se recomienda utilizar la presente investigación en futuros estudios.

Palabras claves: *Responsabilidad social empresarial, Imagen corporativa, responsabilidad social.*

ABSTRACT

Currently, the term Corporate Social Responsibility has taken on great importance and prominence in our country. Beyond being a voluntary act, it is a commitment that each company must assume, not only in order to generate greater income or earn a better position in the market, but also to ensure the condition of each of its collaborators, of the communities and in caring for the environment.

The main objective of this research with a quantitative approach and a non-experimental, cross-sectional and correlational design is to determine whether the CSR practices exercised by the Danper company are related to the corporate image it reflects. In effect, the research problem was formulated: ¿In what way is Corporate Social Responsibility related to the corporate image of the company Danper Trujillo S.A.C. - 2020? To collect the information, a survey was conducted with 557 residents of the District of Virú, being able to gather all the necessary data to be processed statistically.

It can be concluded that 62% of residents have a very good opinion regarding the CSR that this company puts into practice, whether or not they are employees of the same, in addition, 61.3% agree that the key factor in a company is Image , which transmits (47.6%) commitment within their community. Finally, it is stated that the relationship between both study variables is very strong and significant according to Pearson's correlation coefficient (0.893). Therefore, it is recommended to use the present research in future studies.

Keywords: *Corporate social responsibility, Corporate image, Social responsibility.*

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, M. (2013). *“Plan Estratégico de la imagen corporativa para la empresa Mogra International S.A”*. Recuperado 17 de febrero de 2020, de <https://bibliovirtualujap.files.wordpress.com/2013/05/tesis-final43.pdf>
- Acuña Florian, L.A.V. (2016). “Programas de Responsabilidad social externa y su influencia en la imagen corporativa empresa agroindustrial Laredo S.A.A, 2016” Recuperado 17 de febrero de 2020, de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/4423>
- Alvarado Cabellos, A., & Luna Odar, P. (2017). *“Desarrollo y Responsabilidad Social Empresarial”*. Recuperado 16 de febrero de 2020, de [http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/64311/Alvarado %20%26%20Luna_Desarrollo%20y%20Responsabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/64311/Alvarado%20%26%20Luna_Desarrollo%20y%20Responsabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Barbachan, M. (2017). *“La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades”*. Recuperado 16 de febrero de 2020, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>
- Bracamonte Ríos, T. S. (2013). *“El nuevo enfoque de responsabilidad social empresarial y su influencia en la decisión de compra de los consumidores del distrito de Trujillo, 2013”*. Recuperado 15 de febrero de 2020, de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2519/bracamonte_teresa.pdf ?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2519/bracamonte_teresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carroll (1979). Recuperado 17 de febrero de 2020, de [http://webs.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20103.4%20Adoracion%20 MOZAS%20y%20Raquel%20PUENTES.htm](http://webs.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%20103.4%20Adoracion%20MOZAS%20y%20Raquel%20PUENTES.htm)

Cerna Salazar, A. M. (2017). *"La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional en una empresa de cementos"*. Recuperado 16 de febrero de 2020, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15185/Cerna%20Salazar%20Alvaro%20Marin.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Cerna Salazar, A. M. (2017). *"La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional en una empresa de cementos"*. Recuperado 17 de febrero de 2020, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15185/Cerna%20Salazar%20Alvaro%20Marin.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

EAE Business School. (2020). *"Elementos que conforman la imagen corporativa"* Recuperado 17 de febrero de 2020, de <https://retos-directivos.eae.es/elementos-que-conforman-la-imagen-corporativa/>

Fernández Guerrero, J. F. (2019). *"La percepción de responsabilidad social empresarial en el posicionamiento de la marca plaza vea en Tacna – 2019"*. Recuperado 16 de febrero de 2020, de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/791/1/Fernandez-Guerrero-Jean.pdf>

Fernández, R. (2005) *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. Thomson. Madrid. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2751754.pdf>

Flores Marceliano, M. I. (2015). *"Estrategias de Responsabilidad Social en la Imagen corporativa de la minera Barrick Misquichilca S.A. distrito de Huamachuco 2014"*. Recuperado 16 de febrero de 2020, de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2021>

Franco Cortes, A. M. (2014). *"El sentido de la responsabilidad con la salud desde la perspectiva de miembros de organizaciones sociales que se movilizan por este derecho en Colombia"*. Recuperado 15 de febrero de 2020, de

<http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/1515/Informe%20tesis%20Angela%20M.%20Franco%20Cortes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gallegos A. (2019). “¿Qué es la imagen corporativa y para qué sirve?” Recuperado 17 de febrero de 2020, de <https://neoattack.com/que-es-la-imagen-corporativa/>

Gill, F. (2019, 11 febrero). *Management & Empleo*. Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>

Girón Rea, P. F. (2017). “La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato”. Recuperado 17 de febrero de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25025/1/TESIS%20PABLO%20GIRON.pdf>

Henríquez y Orestes (2015). “Implicancias de una Responsabilidad Social sustentable” Recuperado 17 de febrero de 2020, de <http://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/revistagpt/article/view/2224/2074>

Juárez Rodríguez, A. (2015). “Influencia de más acciones de Responsabilidad social empresarial en el bienestar social de los trabajadores de la empresa Danper Trujillo S.A.C. en la planta Trujillo, año 2015”. Recuperado 16 de febrero de 2020, de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2846>

León (2008). “La percepción de la responsabilidad social por parte del consumidor” Recuperado 08 de febrero de 2020, de: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545878013.pdf>

Mauricio Villanueva, G. (2015). “Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la empresa minera La Arena S.A., provincia Sánchez Carrión, año 2015”

Recuperado 16 de febrero de 2020, de

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8576>

Maza Purizaca, J. P. (2019). *“Eficiencia de la responsabilidad social empresarial de natura cosméticos –y la reputación corporativa – campaña envases ecoeficientes”*.

Recuperado 16 de febrero de 2020, de

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4930/MAZA_PJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Merco (2019). Ranking Merco empresas. Merco. <https://www.merco.info/pe/ranking-merco-empresas>

Muñoz, et al. (2014). *“La responsabilidad social empresarial y de imagen corporativa como estrategia de posicionamiento en empresas de Guadalajara.”* Recuperado 17 de

febrero de 2020, de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1280/949>

Ramos Armaza R.A., & Rivas Copara, M. F. (2017). *“Repercusión de la responsabilidad social de la empresa Backus & Johnston en la imagen corporativa que perciben*

sus colaboradores del área administrativa y sus consumidores del distrito

Arequipa, año 2016”. Recuperado 16 de febrero de 2020, de

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3712/Ccraarra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rosas Luna, I. C., & Hananel Alvarado, M. G. H. (2018). *“La relación de la Responsabilidad Social Empresarial con la Imagen Corporativa y la Reputación*

Corporativa para los clientes millennials de Lima Metropolitana: Caso de la industria de telefonía celular 2018”. Recuperado 15 de febrero de 2020, de

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625439/RosasL_I.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saiz Lejue, E. (2013). *“La responsabilidad social como atributo diferencial en la imagen corporativa: El caso del sector de la distribución alimentaria en España”*.

Recuperado 17 de febrero de 2020, de [https://www.plagios.org/wp-content/uploads/2018/05/Anexo-1-Tesis-La-RS-como-atributo-diferencia-en-la-imagen-corporativa-Eduardo-Saiz-\(UPF2013\).pdf](https://www.plagios.org/wp-content/uploads/2018/05/Anexo-1-Tesis-La-RS-como-atributo-diferencia-en-la-imagen-corporativa-Eduardo-Saiz-(UPF2013).pdf)

Vahos Montoya, J. L. (2014). *“Imagen corporativa: modelos de gestión”*. Recuperado 17 de febrero de 2020, de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/1538>

Ybañez Revollar, M. D. (2018). *“Responsabilidad social e imagen institucional del puesto de control migratorio del aeropuerto internacional Jorge Chávez, Callao 2017”*

Recuperado 15 de febrero de 2020, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12926/Yba%C3%B1ez_RMD.pdf?sequence=1