



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“RELACIONES ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA IMAGEN CORPORATIVA DE MINERA AURÍFERA RETAMAS S.A., LA LIBERTAD, 2017”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:
Iraida Cecilia Vilchez Valencia

Asesor:
Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa

Trujillo – Perú
2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Iraida Cecilia, Vilchez Valencia**, denominada:

**“RELACIONES ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA
IMAGEN CORPORATIVA DE MINERA AURÍFERA RETAMAS S.A., LA
LIBERTAD, 2017”.**

Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa
ASESOR

Ing. Edwards Vela Gonzales
JURADO
PRESIDENTE

Ing. Martín Facundo Ruíz
JURADO

Ing. Jorge Alfaro Rosas
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Formulación del problema.....	15
1.3. Justificación.....	15
1.4. Limitaciones	15
1.5. Objetivos	16
1.5.1 <i>Objetivo General</i>	16
1.5.2 <i>Objetivos Específicos</i>	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. Antecedentes	17
<i>Bases Teóricas</i>	24
2.1.1. <i>Definiciones de La Responsabilidad Social Empresarial</i>	24
2.1.2. <i>Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial</i>	27
2.1.3. <i>Definición de La Imagen Corporativa</i>	29
2.2.4 <i>Procesos de formación de la Imagen Corporativa</i>	30
2.1.4. <i>Dimensiones de la imagen corporativa</i>	30
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	38
3.1. Formulación de la hipótesis	38
3.2. Operacionalización de variables	38
3.3. Material y Métodos.....	40
3.3.1. <i>Tipo de diseño de investigación.</i>	40
3.3.2 <i>Diseño de investigación</i>	41
3.4. Material.	41
3.4.1. <i>Unidad de estudio.</i>	41
3.4.2. <i>Población objetivo</i>	41
3.4.3. <i>Muestra.</i>	41
3.5. Métodos.	42
3.5.1. <i>Técnicas e Instrumentos de recolección de datos</i>	42
3.5.2. <i>Técnica Estadística de Contrastación De Hipótesis</i>	45
3.5.3. <i>Procedimientos</i>	46

CAPÍTULO 4. RESULTADOS	47
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN	63
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS	71
ANEXOS.....	73
Anexo N° 1 Cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial de los Colaboradores de la Minera Aurífera Retamas S.A.	73
Anexo N° 2 Cuestionario de la Imagen Corporativa de los Trabajadores de la Minera Aurífera Retamas S.A.	74
Anexo N° 3 Validación De Contenido Del Cuestionario Responsabilidad Social Empresarial.	75
Anexo N° 4 Validación De Contenido Del Cuestionario Imagen Corporativa.	78
Anexo N° 5 Datos Del Experto:	81
Anexo N° 6 Matriz de base de datos de la variable Responsabilidad Social Empresarial	82
Anexo N° 7 Matriz de Base de datos de la Variable Imagen Corporativa.	84
Anexo N° 8 Tabla de validación de constructo del instrumento Responsabilidad social empresarial (análisis factorial)	85
Anexo N° 9 Tabla de validación de constructo del instrumento Imagen corporativa (análisis factorial).	86
Anexo N° 10 Confiabilidad de los ítems y dimensiones de Responsabilidad social empresarial (,704)	87
Anexo N° 11 Confiabilidad de los ítems y dimensiones de imagen corporativa	88
Anexo N° 12 Matriz De Consistencia Del Proyecto De Investigación	89
Anexo N° 13 Otras Evidencias	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1 : Operacionalización de la Variable Responsabilidad Social Empresarial	38
Tabla Nº 2 : Operacionalización de la variable Imagen Corporativa	39
Tabla Nº 3 : Escala Valorativa para medir el Nivel de Responsabilidad Social Empresarial	43
Tabla Nº 4 : Escala valorativa para medir el nivel de las dimensiones Responsabilidad Social Empresarial	43
Tabla Nº 5 : Escala valorativa para medir el Nivel de percepción de la Imagen Corporativa	44
Tabla Nº 6 : Escala valorativa para medir el Nivel de las Dimensiones de la Imagen Corporativa	44
Tabla Nº 7 : Escala Valorativa para Interpretar la Correlación	45
Tabla Nº 8 : Prueba de normalidad Kolmogorov- Smirnov.....	48
Tabla Nº 9 : Correlación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	49
Tabla Nº 10 : Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Dimensión	51
Tabla Nº 11 : Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Dimensión Identidad Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A, La Libertad 2017.	52
Tabla Nº 12 : Correlación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Dimensión Imagen Social de la empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	52
Tabla Nº 13 : Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Dimensión Imagen Ambiental de la empresa Minera Aurífera Retamas S.A, La Libertad 2017	53
Tabla Nº 14 : Relación entre la Dimensión Responsabilidad Económica de la Variable Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la empresa Minera Aurífera Retamas S.A, La Libertad 2017	54
Tabla Nº 15 : Relación entre la Dimensión Responsabilidad Legal de Variable Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la empresa minera Aurífera Retamas S.A, la Libertad 2017.....	55
Tabla Nº 16 : Relación entre la Dimensión Responsabilidad Ética de la Variable Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la empresa minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.....	55
Tabla Nº 17 : Relación entre la Dimensión Responsabilidad Filantrópica o Voluntaria de la Variable Responsabilidad Social Empresarial y la Variable Imagen Corporativa de la empresa minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	56
Tabla Nº 18 : Nivel de la Variable Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.....	57
Tabla Nº 19 : Niveles de las Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial de los Colaboradores de la empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	59
Tabla Nº 20 : Niveles de la Dimensiones de la Imagen Corporativa de los Colaboradores de la empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura Nº 1 : Pirámide de Corral.....	25
Figura Nº 2 : Dispersión para analizar la relación entre las variables Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de los Colaboradores de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. la Libertad 2017	50
Figura Nº 3 : Niveles de las Variables Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	57
Figura Nº 4 : Porcentaje de los Niveles de las Variables Responsabilidad Social Empresarial y de la Imagen Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	58
Figura Nº 5 : Niveles de la Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A, La Libertad 2017.	60
Figura Nº 6 : Porcentajes de los Niveles de las Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	60
Figura Nº 7 : Niveles de las Dimensiones de la Imagen Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.	62
Figura Nº 8 : Porcentajes de los Niveles de las Dimensiones de la Imagen Corporativa de la Empresa Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017.....	62

RESUMEN

La presente tesis se ha realizado en la Minera Aurífera Retamas S.A. (MARSA) está ubicada en el distrito de Parcoy, provincia de Pataz, departamento de La Libertad. El objetivo general es determinar la relación que existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Minera Aurífera Retamas S.A., La Libertad 2017. Después de revisar la realidad problemática se planteó el problema de investigación ¿Qué relación existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017?.

Esta investigación fue de tipo correlacional, para lo cual se utilizó el diseño no experimental descriptivo-correlacional. La población objetivo estuvo constituida por los 4504 colaboradores, seleccionándose una muestra aleatoria simple de tamaño 92 colaboradores, a quienes se les aplicó los 02 instrumentos de recolección de datos denominados “Cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial” y el “Cuestionario de Imagen Corporativa”.

La hipótesis a validar establece que: *Si existe una relación directa significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de Minera Aurífera Retamas S.A. en su, La Libertad 2017.* Con los resultados de la prueba de hipótesis se ha llegado a demostrar que si hay una relación significativa entre la *Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen corporativa* ($p=0.000<0.05$) y el *Coefficiente de Correlación de Spearman* ($\rho=0.608$) concluimos que esta *relación significativa es buena positiva.*

ABSTRACT

The present investigation has been carried out in the Minera Aurífera Retamas S.A. (MARSÁ) is located in the district of Parcoy, province of Pataz, department of La Libertad. The general objective is to determine the relationship that exists between the Corporate Social Responsibility and the Corporate Image of the Minera Aurífera Retamas S.A., La Libertad 2017. After reviewing the problematic reality, the research problem was raised. What is the relationship between Corporate Social Responsibility and the Corporate Image of Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad 2017?.

This investigation was of correlational type, for which the non-experimental descriptive-correlational design was used. The target population was composed of 4504 collaborators, selecting a simple random sample of size 92 collaborators, to whom the 02 data collection instruments called "Corporate Social Responsibility Questionnaire" and the "Corporate Image Questionnaire" were applied.

The hypothesis to be validated establishes that: If there is a significant direct relationship between the Corporate Social Responsibility and the Corporate Image of Minera Aurífera Retamas S.A., La Libertad 2017?. With the results of the hypothesis test it has been shown that if there is a significant relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Image ($p = 0.000 < 0.05$) and the Spearman Correlation Coefficient ($\rho = 0.608$) we conclude that this relationship significant is good positive

NOTA DE ACCESO

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

REFERENCIAS.

- García, M; Jesús, G (2016). La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital social- paginas del 46 al 59-Omnia.
- Copriotti, P (2010). Responsabilidad Social Empresarial, Colección de Libros de la Empresa EXECUTIVE Business School- España.
- Capriotti, P(2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa- Instituto de Investigación en Relaciones Públicas-España.
- Aristezabal, P.C. (2010), *la responsabilidad social empresarial como estrategia competitiva de HZX (Tesis de Licenciatura)* Pontificia Universidad Joveriana – Bogotá Colombia.
- Caballero, G & Puga, J (2012), *la responsabilidad Social Empresarial y su uso en la Imagen de las Organizaciones –Caso Banesco 2009 (Tesis de grado)* Universidad de Venezuela. – Venezuela.
- Espinoza, G, L, (2015), *la Gestión de la Responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno –periodo 2004-2014.* (Tesis de posgrado) Universidad San Martin de Pollas, Lima, Perú.
- Mejia,P,S.(2013), *la Responsabilidad Social y Ambiental en la Gestión de las Empresas Mineras Formales en América Latina* (Tesis Postgrado) Universidad San Martin de Porras, Lima Perú-2013.
- Bobadilla, V & Sandoval, S. (2015), *la Responsabilidad Social y Su Influencia en la Imagen Institucional de la empresa de transportes Rodrigo Carranza. S.A.C. Trujillo* (Tesis de Licenciado en Administración) Universidad Privada Antenor Orrego-Trujillo-Perú 2015.
- Gonzalo, B.(2015), *la Relación entre las Políticas de RSE, La Imagen Corporativa /Imagen de Marca y la respuesta de los consumidores en el caso de Coca Cola.* Universidad Pontificia Comillas – Madrid-2015.
- Saavera, G, Quiñones, Vásquez, A (2005), *La Imagen Corporativa desde una Visión Integral hacia un Marco Teórico y una propuesta conceptual para una metodología de Gestión de la Reputación Corporativa* (Tesis Administración) Universidad de Ciencias Aplicadas – Escuela de Posgrado.
- San Ignacio-Cajamarca* (Tesis Administración) Universidad Privada del Norte –Facultad de Negocios.
- Pérez, A (2011), *Tesis Estudio de la Imagen de Responsabilidad Social Corporativa: Formación e Integración en el Comportamiento del Usuarios de Servicios Financieros. - Santander*
- Alameda. Q & Sagua, J. (2015, *en la Tesis Estudio de la Relación entre la Responsabilidad Social Y la Imagen Corporativa del Sector Productivo de Ladrillos. Caso Ladrillera Martorell. Tesis para obtener el grado de Administrador de Negocios-Tacna –Perú.*
- Alvarado. S, & Guerrero, M. (2016), *en la Tesis Análisis de las Actividades de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa exportadora Marañón CACAO S.R.L. En San Ignacio-Cajamarca* (Tesis Administración) Universidad Privada del Norte –Facultad de Negocios.
- Lattuada, P; Bustamante, H (2012), *Responsabilidad Social Empresarial: Miradas Plurales, Un interés Singular.* Colombia.

- Capriotti, P (2013) Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Málaga –España.
- Ibañez, P (1999), Imagen corporativa- Barcelona.
- Alejandro, A; María, W (2008) Estudio, Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial Percibida y sus efectos sobre la Imagen, la Reputación: una aproximación desde el Modelo de Carroll.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592308700433>
- Canessa, G; García E (2005) El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo (1ª edi.). Recuperado de <https://centroderecursos.cultura.pe/.../el-abc-de-la-responsabilidad-social-de-la-empres>.
- Guerra, A (2007). De la Responsabilidad Social Empresarial a la Ética en Cambio Organizacional. En la revista Compendium, número 18, recuperado PDF-
www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista18/05_aguerra.pdf
- Gaspar,O (2011) Evaluación de la Identidad Corporativa de los Trabajadores Administrativos de la Universidad Nacional del Centro del Perú.
<https://scholar.google.com.pe/scholar?um=1&ie=UTF-8&lr&q=related:6Svdf4mLHmSiuM:scholar.google.com/>.
- Morillo, M (2008). Hacia una Gestión de marketing socialmente responsable: decisiones de compra y de comunicación.
<http://www.redalyc.org/html/1956/195617231009/.pdf>