



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU RELACIÓN
CON LA IMAGEN INSTITUCIONAL INTERNA DE
LA EMPRESA CEMENTOS PACASMAYO S.A.A.
EN EL AÑO 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en **Administración**

Autores:

Bach. Asmad Sánchez, María Anselma

Bach. Cerna Salazar, Álvaro Martin

Asesor:

Dr. Higinio Wong Aitken

Trujillo - Perú

2019

DEDICATORIA

A mis padres, docentes y amigos que han sido parte muy importante desde el inicio y durante transcurso de mi carrera universitaria.

- Cerna Salazar, Álvaro Martín.

A Dios, a mis Padres y a mis incondicionales Bianca&Nera por ser mi sustento día a día.

- Asmad Sánchez, María Anselma.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento mayor en primer lugar a Dios,
a mis padres y hermano por el apoyo moral y económico
de manera incondicional durante el transcurso de mi carrera.
Haciendo una mención especial a todos mis docentes
quienes me guiaron durante el proceso universitario.
-Cerna Salazar, Álvaro Martin.

A Dios por cada minuto de vida.
A mis padres, por su amor y comprensión en todo momento.
A mi asesor, el Dr. Higinio Wong Aitken por la orientación y
atención a mis consultas.
-Asmad Sánchez, María Anselma.

Índice

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
Índice.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	17
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. Objetivo general	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Hipótesis.....	17
1.4.1. Hipótesis general.....	17
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	18
2.1. Tipo de investigación	18
2.2. Población y muestra (Material, instrumentos y métodos)	18
2.2.1. Población.....	18
2.2.2. Muestra	19
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	20
2.3.1. Técnicas	20
2.3.2. INSTRUMENTOS:.....	20
2.1. Procedimiento.....	24
CAPÍTULO III. RESULTADOS	25
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	32
4.2. Conclusiones	35
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensiones de la Responsabilidad Social según autores.....	13
Tabla 2: <i>Población de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.</i>	18
Tabla 3: <i>Cantidad de trabajadores encuestados.</i>	19
Tabla 4: <i>Escala de valoración de la variable Responsabilidad social.</i>	21
Tabla 5: <i>Escala de Alfa de Cronbach</i>	21
Tabla 6: <i>Confiabilidad y validez del instrumento para la de variable Responsabilidad social.</i>	21
Tabla 7: <i>Estadísticas de total de elemento del alfa de Cronbach.</i>	22
Tabla 8: <i>Escala de valoración de la variable Imagen Institucional Interna.</i>	23
Tabla 9: <i>Confiabilidad de la variable Imagen Institucional Interna.</i>	23
Tabla 10: <i>Estadísticas de total de elemento del alfa de Cronbach.</i>	23
Tabla 11: <i>Percepción de la Responsabilidad Social según los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.</i>	26
Tabla 12: <i>Coefficiente de Determinación (R²).</i>	27
Tabla 13: <i>Nivel de la Imagen Institucional Interna en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A...</i>	28
Tabla 14: <i>Relación entre las variables Responsabilidad social e imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019 según el Coeficiente de Pearson.</i>	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Dimensiones de la Imagen Institucional Interna.</i>	15
Figura 2: <i>Percepción de la Responsabilidad Social según los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.</i>	25
Figura 3: <i>Nivel de la Imagen Institucional Interna en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. .</i>	28

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo hallar la posible relación existente entre las variables de Responsabilidad Social e Imagen Institucional Interna de la Empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. aplicada a la muestra de 117 colaboradores de la misma. Siendo el diseño no experimental, transversal y de carácter correlacional, en donde no se manipulan las variables de forma deliberada y tiene como fin la recolección de datos en un momento indicado. Luego de obtener los resultados de las encuestas se llegó a la conclusión que se acepta la hipótesis general; ya que el Coeficiente de Pearson hallado en la muestra es 0.916 lo cual indica que existe relación positiva y significativa entre las variables.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Imagen Institucional Interna.

ABSTRACT

This research aimed to find the possible relationship between the variables of Social Responsibility and Internal Institutional Image of Cementos Pacasmayo S.A.A. applied to the sample of 117 collaborators of the same. Being the non-experimental, cross-sectional and correlational design, where the variables are not deliberately manipulated and aims to collect data at an indicated time. After obtaining the results of the surveys, it was concluded that the general hypothesis is accepted; since the Pearson Coefficient found in the sample is 0.916 which indicates that there is a positive and significant relationship between the variables.

Keywords: Social Responsibility, Internal Institutional Image.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Las empresas hoy en día obtienen mejores resultados cuando adoptan programas y estrategias de responsabilidad con la sociedad, mejorando su imagen institucional y aumentando la valorización de sus clientes. Además de la responsabilidad social con la población, es muy importante la realizada con sus colaboradores, desde el menor al más alto rango, ya que ayuda al compromiso de estos para con la empresa y logra la mejoría continua en los productos y servicios para la satisfacción de los clientes. Las organizaciones cada vez son más expuestas a límites establecidos por propias exigencias del mercado, ya que las empresas a través de sus acciones comunican sus mensajes, ya sea mediante sus productos, servicios o marca y se mide de acuerdo con su comportamiento en el entorno legal, fiscal y financiero. Además, deben ser muy cuidadosos en sus relaciones con los proveedores, con la comunidad en la que opera, con sus colaboradores principalmente y también con sus familias; sin ser menos importante el respeto a la naturaleza y la transparencia en el entorno del negocio.

En nuestro país, actualmente existe un gran interés de parte de los ciudadanos por saber qué esfuerzo o de qué manera las grandes empresas colaboran o desarrollan proyectos de responsabilidad social a beneficio de la población y de la misma para su desarrollo. Hasta hace poco, este tema no tenía mucha influencia en los resultados económicos de una empresa, lo cual ha variado por la exigencia del mercado y por el aumento de la competencia, obligando cada vez más a las organizaciones a obtener sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo. En el 2006, Schmdheiny concluyó que "La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida". Para Perú 2021, la responsabilidad social es una forma de gestión ética que incluye a distintos grupos de interés (clientes, proveedores, trabajadores, accionistas, comunidad y medio ambiente) con el fin de garantizar un desarrollo sostenible. La responsabilidad social permite a las empresas a ser conscientes de su rol como agentes del cambio en el desarrollo las comunidades en las que se desarrollan y por ende de nuestro país. García y Canessa, 2018 en "El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo" mencionan tres beneficios de la responsabilidad social: El mejoramiento del desempeño financiero, reducción de costos operativos y el mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa.

a) El mejoramiento del desempeño financiero:

Cuando las empresas realizan una buena gestión de manera general, tomando en cuenta factores como la responsabilidad social, los resultados financieros mejoran. Algunas teorías

sustentan que cuando una empresa es socialmente responsable tiene menos riesgo y por ende mejor cotización.

b) Reducción de costos operativos:

Cuando las empresas desarrollan proyectos que contribuyen a la mejora del medio ambiente, a los controles de residuos y a la gestión de un buen clima laboral, evitan la improductividad, contratiempos y gastos no previstos. La responsabilidad social aumenta la eficiencia en las empresas, debido a que conserva a sus colaboradores, evitando costos de contratación y entrenamiento de nuevo personal.

c) Mejora la imagen y reputación de la empresa:

El público es atraído por empresas que gozan de buena reputación en relación con el tema de responsabilidad social. Además los inversionistas buscan empresas socialmente responsables pues éstas son difundidas en los medios de comunicación y obtienen mejores resultados financieros. Muchos reportes anuales sobre empresas con éxito incluyen la contribución en la comunidad en la que operan las empresas como parte de los factores a considerar para realzar el ránking. Un ejemplo de ello es la revista Estadounidense Fortune, que ubica a la responsabilidad social entre los criterios para determinar a las organizaciones más destacadas.

Las empresas utilizan la responsabilidad medio ambiental como reforzador de su imagen. Esta práctica les sirve para incrementar sus ganancias, atraer nuevos inversionistas y a obtener beneficios de instituciones financieras, según un informe del Aspen Institute realizado en 1999.

En el año 2011 los autores Córdova, Millán y Osuna, en su tesis: "Análisis de la Responsabilidad Social de la Asociación Cooperativa La Libertad R.L., Estado Sucre-Carapuno", concluyeron en que la responsabilidad social empresarial se orienta al desarrollo común. Su objetivo es mejorar la calidad de vida de los trabajadores, sus familias y la sociedad en general.

Del mismo modo, el autor Gallardo, D. y Sánchez, M (2013), en su investigación, "Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación" Universidad de Extremadura, España indican que la RS es una fuente de competitividad entre las empresas. Señalan que es necesario que los empresarios conozcan sus potencialidades en responsabilidad social, como parte de su estrategia para obtener ventajas sobre su competencia en el sector en el que se desarrollan. Del mismo modo, Hernández y Manrique (2017) en su tesis para obtener la licenciatura en International Business publicada por la Universidad San Ignacio de Loyola "La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas

Agroexportadoras de Uva Fresca", analiza la influencia de la responsabilidad social en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Concluye en que la Responsabilidad Social está relacionada con la competitividad.

Villanueva, G.C. (2016) en su tesis titulada "Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la empresa minera La Arena S.A. Provincia de Sánchez Carrión, año 2015" cuyo objetivo principal fue fundamentar de qué manera la Responsabilidad social influye en la Imagen corporativa de la empresa, demostró la validez de su hipótesis que establece una influencia directa y significativa entre la responsabilidad social e imagen corporativa, luego de analizar las manifestaciones tanto de beneficiarios como de trabajadores de la empresa en estudio. El autor recomienda en su investigación, que respecto al concepto de Responsabilidad social cuando existen proyectos de inversión que contaminan, el requerimiento de estudios de impacto ambiental debe ser mayor para prevenir efectos negativos y de igual forma los programas de mitigación de daños deben ser más exhaustivos. En relación a la responsabilidad social interna, sostiene que se deben mantener políticas y prácticas laborales que constituyan una fortaleza para la empresa, poniendo énfasis en la atención a las inquietudes y reclamos del personal.

Alameda, Sagua y Miranda, (2015) en su investigación titulada "Estudio de la relación entre la responsabilidad social y la imagen corporativa del sector productivo de ladrillos, Caso Ladrillera Martorell- Tacna" hallaron que la responsabilidad social se relaciona significativamente con la imagen corporativa, después de realizar un diagnóstico del escenario de la organización. Además, los autores propusieron un modelo sistémico a implementar como parte del constante desarrollo para una gestión socialmente responsable. En su investigación finalizan recomendando que los planes de mejora para fortalecer la responsabilidad social deben estar orientados a la participación, seguridad y salud, desarrollo profesional y empleabilidad de los colaboradores como parte de la gestión de la imagen corporativa, además de fomentar la equidad y el respeto al individuo.

Así mismo, Vílchez, I. (2017) en su tesis "Relaciones entre la Responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad, 2017" concluyó en que existe una relación significativa buena positiva entre la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa. La autora sugiere que la empresa realice talleres y programas de sensibilización dirigido a colaboradores y miembros de la sociedad civil del entorno, además anima a que se continúe mejorando y contribuyendo a sostenibilidad de la comunidad.

Finalmente, Bobadilla y Sandoval, (2014) en su trabajo de investigación "La Responsabilidad Social y su Influencia en la Imagen Institucional de la Empresa de Transportes Rodrigo Carranza S.A.C. Trujillo 2014" cuyo objetivo principal fue determinar la influencia de la responsabilidad social en la imagen institucional concluyeron en que la responsabilidad social sí influye en la imagen institucional, siendo las dimensiones de compromiso ético y cultura e imagen las más valoradas y resaltantes.

Tabla 1. Dimensiones de la Responsabilidad Social según autores.

Autores/ Dimensiones	CUIDADO Y PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.	SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO	CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA	VINCULACIÓN Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y SU DESARROLLO.	ÉTICA Y GOBERNABILIDAD EMPRESARIAL.
Cajiga, 2013. El concepto de responsabilidad social empresarial, México. Cemefi.	Las empresas tienen grandes retos, uno de ellos es generar riqueza y a la vez preservar el medio ambiente. Prácticas como éstas demuestran el respeto al medio ambiente y sus recursos, las empresas deben realizar proyectos que tomen en cuenta procesos de reciclaje, reaprovechamiento de recursos y controles de emisiones residuales.		Una empresa socialmente responsable integra la gestión del capital humano, proporciona condiciones de trabajo favorables y seguras que tienen como base el respeto e integridad, promoviendo el trato participativo y no discriminatorio entre todos sus integrantes para que alcancen una mejor calidad de vida.	La empresa identifica las expectativas de la comunidad, hace partícipe de sus proyectos a autoridades y entidades de la sociedad, con el fin de integrar a diferentes sectores. El estudio de la comunidad en la que se opera es fundamental para desarrollar exitosamente cualquier negocio. Si el ambiente en el cual se opera no es sano, entonces la actividad comercial que intentan desarrollar se verá afectada.	La ética empresarial es la base de las relaciones sólidas entre la empresa, sus proveedores, clientes y accionistas. Con la implantación de lineamientos éticos, se da solución a las diferentes controversias que surgen al momento de ejecutar las diferentes actividades en las organizaciones. Cuando una empresa es ética y socialmente responsable promueve un sistema de trato igualitario entre todos sus grupos de interés.
Morrós y Vidal, 2005. Responsabilidad social Corporativa, Madrid.		Cuando las empresas, los gobiernos y las organizaciones profesionales buscan modos complementarios de promover la salud y la seguridad utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos o servicios, estas acciones voluntarias se consideran complementarias de la normativa porque también tienen por objeto la prevención, es decir, el aumento del nivel de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.			

Fuente: Elaboración propia.

La imagen institucional que las empresas generan en sus grupos de interés está relacionada a las actividades que éstas hagan para ser más competitivas día a día, lo cual contribuye a mejorar esta relación y a lograr objetivos en común con un número mayor de beneficios para ambas partes. La imagen institucional, es producto de una compleja labor que inicia con el compromiso de todos los miembros de la organización y termina con las opiniones del público. Muriel, (2002) sostiene "Entendemos entonces qué imagen institucional, no es más que la que un determinado público en general percibe sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya percibido". Para Bobadilla, V. y Sandoval, S. (2015) la imagen institucional se clasifica en dos grupos:

A) Imagen interna:

Se enfoca en las percepciones que tienen las personas que trabajan en una organización.

B) Imagen externa:

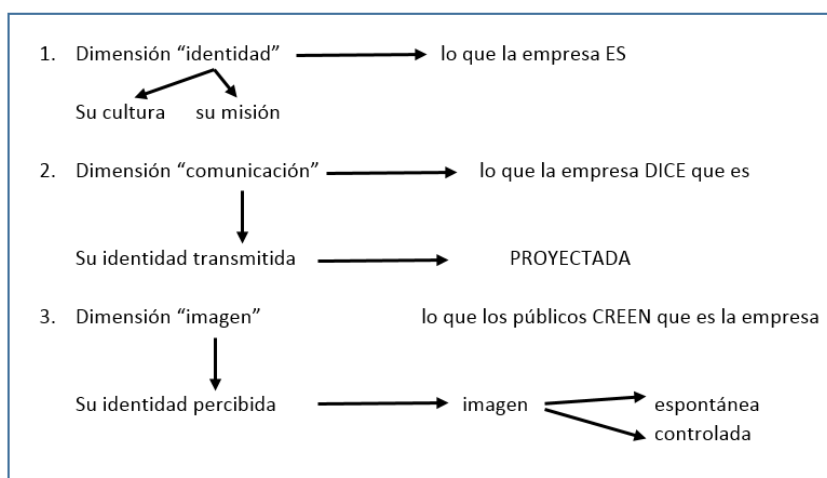
Está comprendida por:

- Promocional: Desarrollado con el fin de obtener reacciones inmediatas en el público. Para proyectar esta imagen se hace uso de la publicidad y mercadeo.
- Motivacional: Sirve para orientar la opinión del público sobre el sentido de identidad con la empresa y generar empatía entre la empresa y el público, haciendo uso de campañas publicitarias y relaciones con la comunidad.

En el artículo sobre la importancia de la Identidad Corporativa: Implicaciones para tener éxito publicado por Visa Empresarial (2016) se concluye en que "Los objetivos que persigue la identidad corporativa son: crear un sentido de pertenencia por parte de la planilla laboral y los clientes, cerciorarse de que existe una diferencia entre la competencia, impulsar la preferencia de nuevos productos, asegurar que el servicio es óptimo y principalmente generar una opinión pública favorable".

Pintado, T, y Sánchez J. (2013) en su libro Imagen Corporativa-Influencia en la gestión empresarial mencionan que "La empresa tiene tres planos: lo que la empresa es, lo que ella dice de sí misma y lo que los públicos que se relacionan con ella creen que es". Es así que existen tres dimensiones (Sanz de la Tajada, 1996): "La dimensión identidad: su cultura, su misión (lo que la empresa es); la dimensión comunicación: su identidad transmitida y, por tanto, proyectada (lo que la empresa dice que es) y por último, la dimensión imagen: su identidad percibida (lo que los públicos creen que es la empresa)".

Figura 1. Dimensiones de la Imagen Institucional Interna.



Fuente: Sanz de la Tajada, 1994

La identidad corporativa se refiere a lo que la empresa comunica a sus públicos, partiendo de lo que es. Sin embargo, la imagen corporativa se conforma posteriormente.

a) Identidad corporativa: es la esencia de la empresa. Cuando se estudia un ser humano, éste tiene atributos que le hacen diferente, de igual manera con las empresas. Las empresas tienen una serie de características que las identifican y diferencian. Algunos de los factores que se toman en cuenta en este sentido, son: La historia de la empresa desde sus inicios con sus altos y bajos, su filosofía, sus valores y su estrategia corporativa.

Cuando la identidad de la empresa está bien definida, se puede dar paso a la proyección hacia el público.

b) Imagen corporativa: Es la representación mental que conforma cada individuo y está constituida por una serie de atributos acerca de la empresa.

c) Comunicación: La comunicación es un elemento de vital importancia para formar la imagen de las empresas. Actualmente, se debe cuidar todo tipo de comunicación, desde los accionistas y empleados, hasta las campañas con el público. Se debe controlar la comunicación que se da en las redes sociales, webs, eventos, etc.

La empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. se dedica a la fabricación y comercialización de cemento, cal, agregados, concreto premezclado, elementos prefabricados y otros materiales de construcción. Su historia empieza en 1957, año en que la fábrica inicia sus operaciones con una capacidad de producción de 100000 toneladas por año. Actualmente posee una moderna planta de cemento en Pacasmayo (La Libertad), una planta de cemento en La Rioja (San Martín), una planta de ladrillos de diatomita en Sechura (Piura) y plantas de premezclado en las principales ciudades desde donde atienden los mercados norte y noroeste del Perú, siendo Dino su principal distribuidor en todo el país y Cementos Selva otra de sus subsidiarias, ya que no realiza ventas directas con sus clientes. La empresa tiene una capacidad de producción de cemento que supera las 3.000.000 de toneladas por año. A través de los años, el compromiso de la empresa va de la mano con el crecimiento de la región lo cual les ha permitido continuar ampliando sus operaciones generando más empleo y desarrollo económico-social tanto para la comunidad en las que operan como la de sus colaboradores. Esta organización ha adoptado una política de Responsabilidad Social Empresarial, la cual viene aplicando hace algunos años, esto ha generado que la empresa obtenga reconocimientos importantes a nivel nacional. Sin embargo, pese a contar con lineamientos y planes estratégicos de gestión social actualizados respecto a disminuir el efecto de contaminación al medio ambiente, específicamente desarrollando cementos que contengan menos Clinker y que a su vez liberen menos CO₂ en su proceso de fabricación y que reduzcan sus emisiones a la atmósfera de gases de efecto invernadero y otras sustancias contaminantes, los obreros y empleados de Cementos Pacasmayo S.A.A. son conscientes del impacto negativo que los afecta como trabajadores y a su vez a sectores aledaños como La Greda y el Progreso. Todo lo antes mencionado consideramos que repercute en la imagen institucional que se proyecta a los usuarios tanto internos como externos de la empresa, por lo tanto, en la presente investigación se hace necesario visibilizar la relación entre las dos variables mencionadas.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera la percepción de la Responsabilidad Social se relaciona con la Imagen Institucional Interna en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la percepción de la responsabilidad social se relaciona con la imagen institucional interna en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la percepción de la Responsabilidad Social en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.
- Analizar la Imagen Institucional interna de los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.
- Determinar la relación de la Responsabilidad social con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

La responsabilidad social se relaciona significativamente con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. Trujillo 2019.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

El diseño de investigación utilizado es No Experimental, transversal y de carácter correlacional.

No experimental porque no se manipularon las variables de forma deliberada, simplemente se analizó las variables en su contexto natural, transversal porque la recolección de datos se realizó en un momento indicado y correlacional porque se estableció la relación entre las variables.

2.2. Población y muestra (Material, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población

La población conformada por 520 personas en total, quienes son todos los colaboradores: entre ejecutivos, empleados y obreros, los cuales laboran en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.

Tabla 2. *Población de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.*

CATEGORÍA	CANTIDAD DE COLABORADORES
EJECUTIVOS	15
EMPLEADOS	235
OBREROS	270
TOTAL	520

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2. Muestra

La muestra está conformada por 117 empleados encuestados, quienes lo conforman los directivos, empleados y obreros de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.

A continuación, se aplicará la fórmula para determinar el tamaño de una muestra.

Fórmula para una población finita (cuantitativa)

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Remplazando los datos:

N= 520, tamaño de la población

σ = Desviación estándar 0,5.

Z= 1.96, equivalente al 95%, de nivel de confianza

e= 8% margen de error

n= tamaño de muestra

$$n = \frac{520 * 0.5^2 * 1.96^2}{(520 - 1)0.08^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

n= 117 encuestados.

Tabla 3. Cantidad de trabajadores encuestados.

CATEGORIAS	CANTIDAD DE COLABORADORES	PORCENTAJE	ENCUESTAS
EJECUTIVOS	15	3%	3
COLABORADORES	235	45%	53
OBREROS	270	52%	61
TOTAL	520	100%	117

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnicas

- **La encuesta:** Esta técnica nos permitió aplicar dos cuestionarios, el primero para la variable de Responsabilidad social y el segundo para la variable Imagen institucional interna. Dichos cuestionarios estuvieron conformados por 32 preguntas abiertas y cerradas. Las preguntas de la primera encuesta serán realizadas bajo el método de la escala de Likert de 6 categorías, la escala es del 1 (totalmente de acuerdo) al 6 (desconozco). Y para la segunda encuesta bajo el método de la escala de Likert de 4 categorías. La escala es del 1 (Definitivamente sí) al 4 (Definitivamente No).

2.3.2. Instrumentos:

Se utilizaron dos instrumentos: Para la variable 1, el cuestionario de Responsabilidad social y para la variable 2, el cuestionario de Imagen Institucional Interna.

El primer instrumento denominado: Responsabilidad Social en Cementos Pacasmayo S.A.A. 2019, dirigido a ejecutivos, empleados y obreros de Cementos Pacasmayo S.A.A. Se ha elaborado tomando como referencia los estudios realizados por Cajiga, 2013 (México) en "El concepto de responsabilidad social empresarial" y a Morrós y Vidal, 2005 en su libro "Responsabilidad social Corporativa" (Madrid). El cuestionario fue diseñado bajo el método de la escala de Likert, consta de 20 ítems que exploran la variable Responsabilidad Social, definida operacionalmente como el conjunto de acciones llevadas a cabo por la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. de forma voluntaria y ajustada a su propia filosofía que permiten generar un efecto positivo para sus colaboradores y la comunidad que forma parte de su entorno. Dicha variable está en función a cinco dimensiones: Cuidado y preservación del medio ambiente. (1), Seguridad y Salud (2), Ética y Gobernabilidad Empresarial (3), Calidad de vida en la empresa (4), Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo (5). Cabe decir que para cada dimensión se consideraron entre 3 y 4 ítems como máximo. Asimismo, tiene un ámbito de aplicación en la población de trabajadores (Ejecutivos, empleados y obreros) de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. de manera individual y colectiva, de forma física (en exteriores de la empresa) y virtual (correo electrónico).

La confiabilidad se obtuvo a través del coeficiente Alfa de Cronbach, con un índice de 0.876, aplicado entre empleados, obreros y ejecutivos de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. 2019.

Tabla 4. *Escala de valoración de la variable Responsabilidad social.*

Dimensión / Nivel	BAJO	MEDIO	ALTO
Cuidado y Preservación del medio ambiente.	4-9	10-15	16-20
Seguridad y salud	4-9	10-15	16-20
Ética y Gobernabilidad Empresarial.	4-9	10-15	16-20
Calidad de vida en la empresa.	5-11	12-18	19-25
Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.	3-6	7-10	11-15
TOTAL	20-46	47-73	74-100

Fuente: Elaboración propia.

Confiabilidad:

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, cuya valoración se encuentra entre los valores 0 y 1.

Tabla 5. *Escala de Alfa de Cronbach.*

ESCALA	DESCRIPCIÓN
-1 a 0	No es confiable
0.01 – 0.49	Baja confiabilidad
0.50-0.69	Moderada confiabilidad
0.70-0.89	Fuerte confiabilidad
0.90-1.00	Alta confiabilidad

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. *Confiabilidad y validez del instrumento para la de variable Responsabilidad social.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,876	6

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los valores establecidos en la Escala de Alfa de Cronbach determinados la Tabla 5 para determinar la confiabilidad y validez del instrumento. Dando como resultado el valor de 0.876, por lo tanto, el instrumento de nuestro estudio es fuertemente confiable y válido.

Tabla 7. Estadísticas de total de elemento del alfa de Cronbach.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
RS1	144,2308	42,662	,496	,806
RS2	141,7521	46,378	,388	,842
RS3	143,5128	52,407	,369	,861
RS4	139,6154	52,549	,222	,884
RS5	147,2735	53,459	,347	,867
RS_TOT	79,5983	14,777	1,000	,517

Fuente: Elaboración propia.

En el análisis del ítem test, nos indica que, si eliminamos algunas de las dimensiones, el valor del alfa de Cronbach no sube significativamente para justificar su confiabilidad, por lo cual se deja todas las dimensiones iniciales.

El segundo instrumento denominado: Imagen Institucional Interna de Cementos Pacasmayo S.A.A. 2019. Dirigido a: Ejecutivos, empleados y obreros de Cementos Pacasmayo S.A.A. Se ha elaborado tomando como referencia los estudios realizados por Pintado, T, y Sánchez J. (2013) en "Imagen Corporativa-Influencia en la gestión empresarial". El cuestionario fue diseñado bajo el método de la escala de Likert, consta de 12 ítems que exploran la variable Imagen Institucional interna, definida operacionalmente como el grado de percepción que tiene la empresa de parte de sus grupos de interés, por parte de sus estrategias realizadas. Dicha variable está en función a tres dimensiones: Identidad (1), Imagen (2) y Comunicación (3). Cabe mencionar que para cada dimensión se consideraron 4 ítems como máximo. Asimismo, tiene un ámbito de aplicación en la población de trabajadores (Ejecutivos, empleados y obreros) de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. de manera individual y colectiva, de forma física (en exteriores de la empresa) y virtual (correo electrónico).

La confiabilidad se obtuvo a través del coeficiente Alfa de Cronbach, con un índice de 0.827, aplicado entre empleados, obreros y ejecutivos de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. 2019.

Tabla 8. *Escala de valoración de la variable Imagen Institucional Interna.*

Dimensión / Nivel	BAJO	MEDIO	ALTO
Identidad	4-7	10-15	16-20
Imagen	4-7	10-15	16-20
Comunicación	4-7	10-15	16-20
TOTAL	12-23	24-35	36-48

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. *Confiabilidad de la variable Imagen Institucional Interna.*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,827	4

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los valores establecidos en la Escala de Alfa de Cronbach determinados la Tabla 5 para determinar la confiabilidad y validez del instrumento. Dando como resultado el valor de 0.827, por lo tanto, el instrumento de nuestro estudio es fuertemente confiable y válido.

Tabla 10. *Estadísticas de total de elemento del alfa de Cronbach.*

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
IMAG1	61,0000	2,707	,419	752
IMAG2	61,1453	4,039	,262	,847
IMAG3	61,1880	4,102	,162	,887
IMAG_TOT	36,6667	1,190	1,000	,478

Fuente: Elaboración propia.

En el análisis del ítem test, nos indica que, si eliminamos algunas de las dimensiones, el valor del alfa de Cronbach no sube significativamente para justificar su confiabilidad, por lo cual se deja todas las dimensiones iniciales.

2.1. Procedimiento

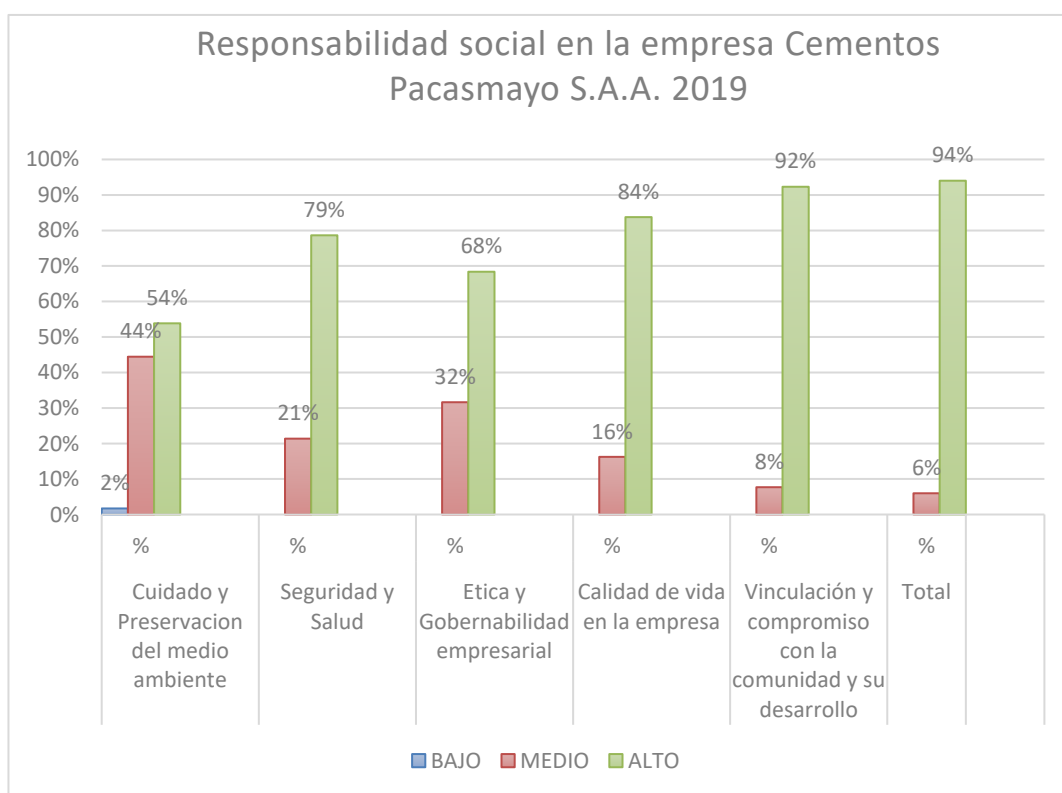
Recolección de los datos:

- Se solicitó el permiso respectivo a la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. con el fin de obtener la información y autorización. Para dar inicio al trabajo de recolección de información acudimos a la ciudad de Pacasmayo, específicamente dicho proceso se llevó a cabo en las instalaciones y exteriores de la empresa, abordando a los trabajadores al momento de su salida y durante un tiempo de break que les asignan, cabe mencionar que resultó de mucha ayuda la colaboración de un trabajador que nos permitió enviar de manera virtual algunos cuestionarios para su respectivo llenado.
- Para el recojo de la información se utilizaron entre 12 y 15 días aproximadamente, con un tiempo promedio de realización de la encuesta de 10 minutos (física) y 5 minutos (virtual).
- Finalmente, una vez recabada la información se realizó el vaciado de datos de las 117 encuestas al programa Excel y posteriormente se realizó el procesamiento de datos con ayuda del software SPSS 23 donde se aplicó la correlación de Pearson para hallar el grado de relación lineal entre las dos variables.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Los resultados presentados a continuación se han obtenido de la aplicación de encuestas a los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. respecto a las variables de estudio.

Figura 2. Percepción de la Responsabilidad Social según los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.



Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 11. Percepción de la Responsabilidad Social según los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.

	Cuidado y preservación del medio ambiente.		Seguridad y salud		Ética y Gobernabilidad empresarial	
	Cant.	%	Cant.	%	Cant.	%
BAJO	2	2%	0	0%	0	0%
MEDIO	52	44%	25	21%	37	32%
ALTO	63	54%	92	79%	80	68%
TOTAL	117	100%	117	100%	117	100%

	Calidad de vida en la empresa		Vinculación y compromiso con la comunidad		TOTAL
	Cant.	%	Cant.	%	%
BAJO	0	0%	0	0%	0%
MEDIO	9	16%	7	8%	6%
ALTO	108	84%	110	92%	94%
TOTAL	117	100%	117	100%	100%

Fuente: *Elaboración propia.*

En la tabla 11, se observa que en la dimensión de "Cuidado y preservación del medio ambiente" un 54% de los encuestados considera que la empresa tiene un nivel Alto y el 44% tiene como opinión un nivel Medio. Este resultado refleja las percepciones de los trabajadores respecto a la promoción del reciclaje por parte de la empresa en la localidad y a los controles como parte de la mitigación de los efectos negativos en el medio ambiente (emisiones de humo, gases contaminantes, polvos residuales, etc.). Cabe destacar que es en esta dimensión en la que los resultados para el nivel medio son aproximadamente cercanos al nivel Alto, lo cual indica que los encuestados consideran que en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. el cuidado y preservación del medio ambiente es de regular a bueno.

Además, para la siguiente dimensión "Seguridad y Salud", un 79% de los colaboradores consideran que existe un nivel Alto, el 21% determina un nivel Medio. Los encuestados consideran que la empresa brinda un ambiente seguro y vela por el cumplimiento de sus políticas establecidas en el marco de la buena gestión de la seguridad y salud.

Así mismo, para la dimensión "Ética y Gobernabilidad empresarial", el 68 % de colaboradores encuestados determinan que existe un nivel Alto, el 32% consideran un nivel Medio. Con este resultado se determina que los encuestados manifiestan que la empresa mantiene un compromiso

ético en relación con sus grupos de interés haciendo uso de su Código de conducta y ética del buen gobierno corporativo.

En la dimensión Calidad de vida en la empresa se observa que un 84% refieren un nivel Alto, el 16% de la muestra considera un nivel Medio.

Por último, para la dimensión Vinculación y compromiso con la comunidad, resulta que el 92% considera un nivel Alto, el 8% refieren a un nivel Medio.

En la Tabla 11, se muestra que del 100% de encuestados en el estudio, el 94% percibe que el nivel de responsabilidad social es Alto. Así mismo el 6% refiere a un nivel Medio.

Tabla 12. *Coeficiente de Determinación (R²).*

	<i>Cuidado y preservación del medio ambiente.</i>	<i>Seguridad y salud.</i>	<i>Ética y Gobernabilidad empresarial</i>	<i>Calidad de vida en la empresa.</i>	<i>Vinculación y compromiso con comunidad</i>	<i>TOTAL</i>
Identidad	13.7%	18.9%	11.6%	11.1%	2.7%	41.8%
Imagen	17.5%	6.1%	3.0%	1.7%	1.2%	20.3%
Comunicación	10.3%	2.1%	6.1%	1.3%	2.0%	13.9%
TOTAL	41.8%	28.9%	23.1%	15.1%	6.4%	83.8%

Fuente: *Elaboración propia.*

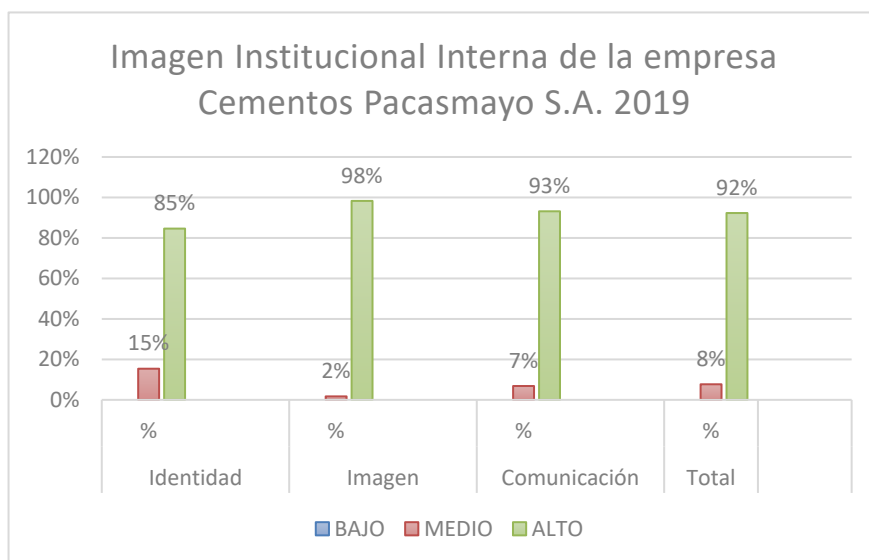
En la tabla 12, se demuestra que si las percepciones acerca de responsabilidad social en los trabajadores de la empresa mejoran, esto influirá de manera directa y significativa en el nivel de la imagen institucional interna en un 83.8%. Siendo las dimensiones más resaltantes las de Cuidado y preservación del medio ambiente (41.8%), Seguridad y Salud (28.9%) y Ética y Gobernabilidad empresarial (23.1%).

Tabla 13. Nivel de la Imagen Institucional Interna en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.

	Identidad		Imagen		Comunicación		Total	
	CANT	%	CANT	%	CANT	%	CANT	%
BAJO	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
MEDIO	18	15%	2	2%	8	7%	9	8%
ALTO	99	85%	115	98%	109	93%	108	92%
Total	117	100%	117	100%	117	100%	117	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Nivel de la Imagen Institucional Interna en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.



Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13, para la dimensión Identidad, un 85% considera un nivel Alto, el 15% refiere un nivel Medio. Lo que demuestra que la mayoría de los trabajadores se sienten satisfechos con las condiciones laborales que se les brinda, por ello se sienten identificados con la empresa y tienen conocimiento de los valores corporativos, misión y visión.

Por otro lado, para la dimensión Imagen, el 98% de los encuestados perciben un nivel Alto y solo el 2% determina un nivel Medio. En este resultado apreciamos que los trabajadores en su mayoría reconocen que la empresa es una de las más importantes en la localidad, que destaca por sus buenas prácticas y cultura empresarial.

Finalmente, para la dimensión Comunicación el 93% establece un nivel Alto y un 7% considera un nivel medio. Esto indica que existe una buena comunicación interna que permite una adecuada difusión de los mensajes corporativos y la atención de las inquietudes del personal de la empresa.

En la Tabla 13 y Figura 3, del 100% de los encuestados, el 92% refiere que el nivel de Imagen Institucional es Alto y el 8% manifiestan que es medio.

Tabla 14. *Relación entre las variables Responsabilidad social e imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019 según el Coeficiente de Pearson.*

	Cuidado y preserv. del medio ambiente	Seguridad y Salud	Ética y Gob. Empresarial	Calidad de vida	Vinculación y compromiso con la comunidad	RESPONSABILIDAD SOCIAL
Identidad	0.370	0.435	0.341	0.334	0.163	0.647
Imagen	0.419	0.246	0.174	0.132	0.111	0.450
Comunicación	0.320	0.145	0.247	0.113	0.140	0.373
IMAGEN INSTITUCIONAL INTERNA	0.647	0.538	0.480	0.389	0.252	0.916

Fuente: *Elaboración propia.*

En la tabla 14 los resultados del análisis de correlación de Pearson indican que existe relación positiva moderada ($r = 0.647$) entre el Cuidado y preservación del medio ambiente de la variable Responsabilidad social y la Imagen Institucional de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.

La Dimensión Cuidado y preservación del medio ambiente de la variable Responsabilidad social tiene una relación positiva moderada con la dimensión Imagen ($r = 0.419$) y una relación positiva baja con las dimensiones de Identidad ($r = 0.370$) y Comunicación ($r = 0.320$) respectivamente.

Además, la dimensión Seguridad y Salud de la variable Responsabilidad social está relacionada de manera positiva y moderada ($r = 0.538$) con la Imagen Institucional de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. Esta misma dimensión tiene una relación positiva moderada con la dimensión Identidad ($r = 0.435$), una relación positiva baja con la dimensión de Imagen ($r = 0.246$) y una relación positiva muy baja con Comunicación ($r = 0.145$).

Para la Dimensión Ética y Gobernabilidad empresarial de la variable Responsabilidad social encontramos el valor de ($r = 0.480$) lo cual indica que también existe una relación positiva y moderada con la Imagen Institucional de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. De igual manera esta dimensión tiene una relación positiva baja con las dimensiones Identidad ($r = 0.341$), Comunicación ($r = 0.247$) y una relación positiva muy baja con Imagen ($r = 0.174$).

La Dimensión Calidad de vida en la empresa de la variable Responsabilidad social está relacionada de manera positiva baja ($r = 0.389$) con la Imagen Institucional de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. También esta dimensión tiene una relación positiva baja con Identidad ($r = 0.334$) y una relación positiva muy baja con las dimensiones de Imagen ($r = 0.132$) y Comunicación ($r = 0.113$).

Asimismo, para la Dimensión Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo se obtuvo ($r = 0.252$), lo cual indica que existe una relación positiva baja con la Imagen Institucional de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. De forma similar esta dimensión tiene relación positiva muy baja con Imagen ($r = 0.163$), Identidad ($r = 0.111$) y Comunicación ($r = 0.140$).

Podemos resaltar que las 3 dimensiones: Cuidado y preservación del medio ambiente (1), Seguridad y salud (2) y Ética y Gobernabilidad empresarial (3) son las que presentan relación positiva moderada con la Imagen Institucional en la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.

Finalmente, de manera general se obtiene que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.916, esto significa que existe una relación significativa positiva, es decir, las variables de estudio Responsabilidad social e Imagen Institucional interna se correlacionan directamente.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Con los resultados de las encuestas aplicadas a los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. se ha podido cumplir con los objetivos de la investigación.

En la Tabla 14 se presentan los resultados del análisis de correlación entre las variables Responsabilidad social y la Imagen Institucional interna de los trabajadores de la empresa. Observamos que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.916, esto significa que existe una relación significativa positiva, es decir, que las variables se correlacionan directamente.

Este resultado es coherente con la investigación de Villanueva G. (2016) en su tesis titulada "Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la empresa minera La Arena S.A. Provincia de Sánchez Carrión, año 2015" en el que encontró relación positiva y significativa entre las variables de acuerdo al coeficiente de Pearson calculado según las manifestaciones de los beneficiarios (0.9078) y las manifestaciones de los trabajadores (0.9029), demostrando así la hipótesis de su investigación.

Del mismo modo, Bobadilla y Sandoval (2014) en su trabajo de investigación "La Responsabilidad Social y su Influencia en la Imagen Institucional de la Empresa de Transportes Rodrigo Carranza S.A.C. Trujillo 2014" cuyo objetivo principal fue determinar la influencia de la responsabilidad social en la imagen institucional, concluyeron en que la responsabilidad social sí influye en la imagen institucional, siendo las dimensiones de compromiso ético y cultura e imagen las más valoradas y resaltantes. La relación de la responsabilidad social y la imagen institucional según criterio de los clientes y trabajadores demostró que existe un nivel regular con una contrastación de hipótesis de ($P = 0.020$), ($P = 0.045$ y chi cuadrado de (2,087), (5,442) respectivamente.

Alameda, Sagua y Miranda, (2015) en su investigación titulada "Estudio de la relación entre la responsabilidad social y la imagen corporativa del sector productivo de ladrillos, Caso Ladrillera Martorell- Tacna" en la que además de realizar un diagnóstico del escenario de la organización, proponen un modelo sistémico para implementar como parte del desarrollo de una gestión socialmente responsable. Esta investigación concluye en que existe relación significativa entre la responsabilidad social y la imagen corporativa del sector productivo de ladrillos. Caso Ladrillera Martorell – Tacna, año 2015, debido a que el coeficiente de Spearman es 0,827 y el pvalor es 0,00 menor que el nivel de significancia que es 0,05. Siendo sus resultados coherentes con nuestra investigación.

Objetivo específico 1: Analizar la percepción de la Responsabilidad Social en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.

En la tabla 11 se presentan los resultados por dimensiones respecto a la variable Responsabilidad social, en la cual se demuestra que los encuestados la perciben en un nivel Alto (94%). Esto nos reafirma que la empresa ejecuta proyectos y programas sociales enfocados en sus grupos de interés. En la dimensión 01: Cuidado y preservación del medio ambiente, el 54% de los trabajadores manifestó que está en un nivel Alto, el 44% en un nivel medio. Este resultado tiene relación con el problema mencionado en la realidad problemática, respecto a la calidad del aire y las emisiones de gases contaminantes hacia la atmósfera, para lo cual la empresa realiza actividades de reforestación, controles de emisiones residuales y el constante riego por dispersión que permite mitigar la concentración de partículas de polvo en el aire de la ciudad. En la dimensión 2 Seguridad y Salud, el 79% de los trabajadores manifestó que está en un nivel Alto y el 21% en un nivel medio. Para la dimensión Ética y gobernabilidad empresarial, el 68% manifestó que la perciben en nivel Alto y el 32% en un nivel medio.

En la dimensión Calidad de vida en la empresa, encontramos que el 84% de los trabajadores señalan que el nivel es alto y el 16% en el nivel medio.

Finalmente, para la dimensión Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, encontramos un 92% para el nivel alto y un 8% para el nivel medio. Se considera que el 92% de los encuestados percibe al compromiso de la empresa con la comunidad en un nivel alto debido a los diversos programas desarrollados en base a dos ejes principales para la empresa: Salud y educación. Respecto a la salud, encontramos a la colaboración con las escuelas desde el año 2006 en el mejoramiento de los servicios higiénicos, así como la realización de campañas de control de anemia, peso, talla y chequeos odontológicos en coordinación con el Ministerio de Salud. Asimismo, para el desarrollo de la educación, ejecuta programas de aprendizaje sobre matemáticas, comunicación y tecnología.

Objetivo específico 2: Analizar la Imagen Institucional interna de los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el año 2019.

En la tabla 13 se presentan los resultados por dimensiones respecto a la variable Imagen Institucional interna, en la cual se demuestra que los encuestados califican el nivel de imagen institucional interna como Alta con un 92%.

En la dimensión Identidad, el 85% de los trabajadores manifestó que es Alta y un 15% la ubica en un nivel medio. Para la dimensión Imagen, el 98% de los trabajadores manifestó que está en un nivel Alto. En la dimensión Comunicación, el 93% manifestó que es Alta. Siendo más valorada la dimensión Imagen, la cual es una evocación o representación mental que conforma cada individuo y está formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía (Pintado, T, y Sánchez J, 2013), la misma que contempla las buenas prácticas que realiza Cementos Pacasmayo S.A.A con sus colaboradores, su reconocimiento dentro del sector como una de las más importantes y a su vez con cultura empresarial.

Objetivo específico 3: Determinar la relación de la Responsabilidad social con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019. En la tabla 14 se demuestra la relación significativa entre la variable Responsabilidad social e Imagen institucional interna, resultado que contrasta con la hipótesis, por lo cual se acepta Ha: La responsabilidad social se relaciona significativamente con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. Trujillo 2019.

4.2. Conclusiones

1. Si las percepciones acerca de responsabilidad social en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A, 2019 mejoran, esto influirá de manera directa y significativa en el nivel de la imagen institucional interna en un 83.8%. Siendo las dimensiones de Cuidado y preservación del medio ambiente (41.8%), Seguridad y Salud (28.9%) y Ética y Gobernabilidad empresarial (23.1%), las que contribuyen en mayor proporción al mejoramiento de la Imagen Institucional Interna de la empresa (Tabla 12).
2. En Cementos Pacasmayo S.A.A, 2019, la tabla 11, refiere que los niveles de las dimensiones de la variable Responsabilidad social son alto (94%) y medio (6%). Cabe resaltar que las dimensiones más valoradas por los colaboradores son Vinculación y compromiso con la comunidad (92%), Calidad de vida en la empresa (84%) y Seguridad y salud (79%). En consecuencia se puede afirmar que la empresa desarrolla actividades responsables socialmente, tomando en cuenta a sus colaboradores (programas de seguridad y salud), clientes (Calidad de producto con ISO 9001, línea de atención al cliente), propietarios (comunicación con accionistas, dividendos y participación en el capital social), proveedores (inclusión e integración en programas de formación), medio ambiente (control de calidad del aire, polvos residuales y reforestación), comunidad (programas de salud y educación) y sector público (regalías mineras e impuestos).
3. En la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A, 2019, la tabla 13, refiere que los niveles de las dimensiones de la variable Imagen Institucional interna también son buenos y aceptables, los aspectos más valorados son la Imagen (98%) y la Comunicación (93%). De manera general los encuestados manifestaron que el nivel de imagen institucional es alto en un 92% y medio en un 8%, resultado que guarda relación con los obtenidos para la variable de responsabilidad social.
4. La relación entre la percepción de la Responsabilidad social y la Imagen Institucional Interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A, 2019 según la cantidad de 117 colaboradores encuestados sobre estas dos variables, es positiva y significativa de acuerdo con el coeficiente de correlación de Pearson: $r = 0.916$ (Tabla 14).

REFERENCIAS

- Alameda, R., Sagua, J. y Miranda, M. (2015) *"Estudio de la relación entre la responsabilidad social y la imagen corporativa del sector productivo de ladrillos, Caso Ladrillera Martorell- Tacna"* (Tesis para Magíster). Neumann Business School, Tacna, Perú.
- Alva, G. Quiñones, R. y 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 para Magister). Universidad Pontificia Católica, UPC, Lima, Perú.
- Amador, M. (2012). *El compromiso ético de las empresas hacia una Responsabilidad Social y Ambiental.* Recuperado de <http://www.expoknews.com/el-compromiso-etico-de-las-empresas-hacia-una-responsabilidad-social-y-ambiental/>
- Bobadilla, V. y Sandoval, S. (2015). *La Responsabilidad Social y su Influencia en la Imagen Institucional de la Empresa de Transportes Rodrigo Carranza S.A.C. Trujillo 2014.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego, UPAO, Trujillo, Perú.
- BBVA (2012). *¿Qué es el Balance Social de la Empresa?* Recuperado de <http://www.bbvacontuempresa.es/a/que-es-el-balance-social-la-empresa>
- Casas, V., Iguacel, V. y Scalabroni, G., (2012). *Relaciones Públicas Empresariales.* Colombia: Fundación Universitas.
- Cajiga, J. (2013). *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.* Cemefi, México.
- Comisión Europea (2010). *Libro Verde: "Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de Empresas.* Francia: CEE.
- Córdova, V.; Millán, R. y Osuna, A. (2011). *Análisis De La Responsabilidad Social Empresarial De La Asociación Cooperativa "La Libertad" R.L.* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Oriente, Curúpano, Venezuela.
- Fernández, R. (2010). *Dimensiones de la Responsabilidad social empresarial.* Recuperado de [https://diariosponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas.](https://diariosponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas)
- Gallardo, D. y Sánchez, M (2013) *Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación.*
- Gonzales, M., Olivares, S. (2014) *Psicología del trabajo.* México. Grupo Editorial Patria S.A.
- Morrós y Vidal, (2005) *Responsabilidad social Corporativa,* Madrid.
- Muriel, J (2002). *La Gestión Profesional de la Imagen Corporativa* (1era ed.) Madrid: Pirámide Editorial.
- Perú 2021 (2015). *Quienes Somos.* Recuperado de: [http://peru2021.org/nosotros/.](http://peru2021.org/nosotros/)

- Pintado, T, y Sánchez J. (2013). *Imagen Corporativa-Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: Esic Editorial.
- Quiroga, T. (2009). *Imagen Corporativa, influencia en la Gestión Empresarial* (1era ed.) Madrid: Esic Editorial.
- Ramírez, L (1998). Diagnóstico de la Imagen Institucional en el Perú, Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima.
- Robbins, A. (1996). Responsabilidad social: El nuevo orden empresarial que asegura la competitividad, 2da edición. Centro de desarrollo industrial de la Sociedad Nacional de Industrias, Lima. (pág. 144-148).
- Schmindheiny, S. (2006) A view of corporate citizenship in Latin America. *The Journal of Corporate*.
- Scheinsohn, (2000). *La imagen institucional y sus enfoques*. Canadá, pág. 105.
- Villanueva, G.C. (2016) "*Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la empresa minera La Arena S.A. Provincia de Sánchez Carrión, año 2015*". Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Visa Empresarial. (2016). *La importancia de la identidad corporativa*. Recuperado de https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-importancia-de-la-identidad-corporativa_1343
- Vílchez, I. (2017), "*Relaciones entre la Responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad, 2017*", Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Propósito: Analizar las percepciones respecto a la Responsabilidad Social Empresarial de los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A en el año 2019.

Las respuestas son opiniones basadas en su experiencia en el trabajo, por consiguiente, no existe respuestas correctas e incorrectas. Lea cuidadosamente el enunciado y marque con X la respuesta que Ud. considere.

La escala utilizada es del 0 (Desconozco) al 5 (totalmente de acuerdo).

Datos: Masculino: _____ Femenino: _____

Edad: _____

Puesto: _____

Items	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Desconozco
CUIDADO Y PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.						
La empresa se preocupa por las condiciones medioambientales de la ciudad de Pacasmayo.						
Tiene control de sus actividades para que no haya un impacto negativo.						
La empresa evita la emisión del humo						
La empresa promueve el reciclaje a nivel de la ciudad.						
SEGURIDAD Y SALUD						
La empresa brinda capacitaciones de seguridad y salud ocupacional.						
El programa de "Condiciones Seguras" esta implementado satisfactoriamente.						
Las capacitaciones de "Políticas de Seguridad" son recibidas por todos los empleados.						
La empresa brinda a todos sus empleados los EPP.						
ÉTICA Y GOBERNABILIDAD EMPRESARIAL:						
La empresa opera y desarrolla sus actividades practicando valores éticos y morales.						
La empresa tiene un código de ética establecido.						
La empresa da recompensas por actitudes éticas.						
La empresa cumple con sus compromisos y responsabilidades de manera equitativa, evitando conflictos.						
CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA						
La empresa promueve su desarrollo personal.						
La empresa promueve su desarrollo profesional.						
Se brindan incentivos que lo motivan a seguir trabajando.						
Hay un clima laboral estable dentro de la empresa.						
Participa sin discriminación y activamente en las actividades que promueve la empresa.						
VINCULACIÓN Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y SU DESARROLLO.						
La empresa orienta a su personal a tener participación de las actividades de RSE.						
Considera que la empresa realiza investigaciones en la comunidad para diseñar y ejecutar proyectos de apoyo social.						
Las actividades de RSE impactan positivamente en el desarrollo de la comunidad.						

ANEXO 2: ENCUESTA DE IMAGEN INSTITUCIONAL INTERNA

Propósito: Analizar la Imagen Institucional interna de los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A en el año 2019.

Las respuestas son opiniones basadas en su experiencia en el trabajo, por consiguiente, no existe respuestas correctas e incorrectas. Lea cuidadosamente el enunciado y marque con X la respuesta que Ud. considere.

La escala utilizada es del 1 (Definitivamente Sí) al 4 (Definitivamente No).

Datos: Masculino: _____ Femenino: _____

Edad: _____

Puesto: _____

Ítems	Definitivamente Sí	Sí	No	Definitivamente No
IDENTIDAD				
Conoce la misión y visión de la empresa.				
Está orgulloso de formar parte de la empresa.				
Está satisfecho con las condiciones laborales que le brinda la empresa.				
Se reciben capacitaciones o charlas sobre valores corporativos.				
IMAGEN				
Se promueve la cultura de la empresa.				
La empresa es reconocida en el sector por su responsabilidad ambiental.				
La empresa destaca por buenas prácticas con sus trabajadores.				
La empresa es una de las más reconocidas e importantes en la localidad.				
COMUNICACIÓN				
Cuando ingresó a trabajar recibió información específica y suficiente sobre las actividades de su área.				
El intercambio de información y comunicación en su área de trabajo se da de manera fluida.				
La empresa atiende los reclamos y sugerencias con rapidez.				
Periódicamente se reúnen empleados y jefes inmediatos para concretar los objetivos a alcanzar.				

ANEXO 3: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones / Subdimensiones	Indicadores	Esquema del Marco Teórico
Variable Independiente : Responsabilidad Social	Según el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sustentable. La Responsabilidad social es el compromiso permanente de las empresas de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico, al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como la de la comunidad local y la sociedad"	Acciones llevadas a cabo por la empresa Pacasmayo S.A.A. de forma voluntaria y ajustada a su propia filosofía que permiten generar un efecto positivo para sus colaboradores y la comunidad que forma parte de su entorno.	Cuidado y preservación del medio Ambiente Salud y seguridad en el trabajo. Ética empresarial. Calidad de vida en la empresa Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.	. Nivel de contaminación . Control de desechos. . Condiciones de Trabajo . Políticas de Prevención . Desempeño ético. . Cumplimiento de los compromisos . Crecimiento Profesional . Participación en la RS	Definición de la Responsabilidad Social Beneficios de la Responsabilidad Social Tipos de Responsabilidad Social Finalidad de la Responsabilidad Social. Dimensione de la Responsabilidad Social
Variable Dependiente: Imagen Institucional	La imagen institucional comprende el conjunto de acciones comunicativas que deben realizar una organización para expresar su identidad y fincar una positiva reputación pública (Gonzales, M., Olivares, S. 2014)	El grado de percepción que tiene la empresa de parte de sus grupos de interés, por parte de sus estrategias realizadas	Identidad Imagen Comunicación	. Nuevos líderes, Prácticas Continuas . Cultura interna . Publicidad . Charlas . Asesoramiento	Concepto de Imagen Institucional Tipos de imagen institucional. Dimensiones de la imagen institucional.

ANEXO 4: VALIDACIÓN METODOLÓGICA

DISEÑO METODOLÓGICO				
Metodología de la Investigación	Diseño de la Investigación	Ámbito de la Investigación	Instrumentos y fuentes de la Información	Criterios de rigurosidad en la Investigación
<p>Tipo: DESCRIPTIVA</p> <p>El presente estudio es resultado de una investigación descriptiva en la que se describirá la situación actual de la empresa Cementos Pacasmayo S.A</p> <p>Nivel: Transversal – correlacional.</p>	<p>Correlacional</p> <p>Vamos a describir la relación de la responsabilidad social con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.</p> <p>G: X1 --- Y1</p> <p>X1: La responsabilidad social.</p> <p>Y1: La imagen institucional.</p>	<p>Unidad (es) de análisis o estudios</p> <p>. Trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.</p> <p>Universo:</p> <p>Todos los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A.</p> <p>Población:</p> <p>. 520 colaboradores</p> <p>Muestra</p> <p>. 117 encuestados de las diferentes categorías de la empresa</p> <p>Técnicas de muestreo:</p> <p>Probabilística Simple</p>	<p>Instrumentos:</p> <p>Encuestas</p> <p>Recolección de la información:</p> <p>Análisis de encuestas</p> <p>Técnicas para el tratamiento de la información:</p> <p>Coficiente de Pearson (r)</p> <p>-</p>	<p>Enfoque: Subjetivo:</p> <p>Debido a que la probabilidad asignada a nuestras variables está basada en la evidencia que se tenga disponible.</p> <p>Validez:</p> <p>Para asegurar de que el cuestionario que se prepare realmente contenga todos los temas de la investigación.</p> <p>Confiabilidad:</p> <p>Alfa de Cronbach</p> <ul style="list-style-type: none"> Instrumento de Responsabilidad social: 0.876 Instrumento de Imagen Institucional: 0.827

ANEXO 5: MATRIZ DE CONSISTENCIA

DISEÑO TEÓRICO			
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
<p>Pregunta general: ¿De qué manera la percepción de la Responsabilidad Social se relaciona con la Imagen Institucional Interna en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar de qué manera la percepción de la responsabilidad social se relaciona con la imagen institucional interna en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019.</p>	<p>Hi: La responsabilidad social se relaciona significativamente con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo Trujillo 2019.</p> <p>H0: La responsabilidad social no se relaciona con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo Trujillo 2019.</p>	<p>Variable Independiente: Responsabilidad social</p> <p>Variable Dependiente: Imagen institucional interna.</p>
<p>Preguntas específicas:</p> <p>1. ¿Cuál es la percepción de la Responsabilidad Social en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A en el año 2019?</p> <p>2. Cuál es la percepción de la Imagen Institucional interna en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A en el año 2019?</p> <p>3. ¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad social con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>- Analizar la percepción de la Responsabilidad Social en los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A en el año 2019.</p> <p>- Analizar la Imagen Institucional interna de los trabajadores de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A en el año 2019.</p> <p>- Determinar la relación de la Responsabilidad social con la imagen institucional interna de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. en el distrito de Pacasmayo en el año 2019.</p>	<p>Antecedentes:</p> <p>-Córdova, Millán y Osuna, 2011. "Análisis de la Responsabilidad Social de la Asociación Cooperativa "La Libertad" R.L., de Casanay, Municipio Andrés Eloy Blanco, Estado Sucre-Carapuno"</p> <p>-Gallardo, D. y Sánchez, M (2013), en su investigación, "Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación" Universidad de Extremadura, España.</p> <p>-(Hernández y Manrique, 2019) en su investigación "La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas Agroexportadoras de Uva Fresca".</p> <p>-Villanueva, G.C. (2016) en su tesis titulada "Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la empresa minera La Arena S.A. Provincia de Sánchez Carrión, año 2015".</p> <p>-Alameda, Sagua y Miranda, (2015) "Estudio de la relación entre la responsabilidad social y la imagen corporativa del sector productivo de ladrillos, Caso Ladrillera Martorell- Tacna"</p> <p>-Vílchez, I. "Relaciones entre la Responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de Minera Aurífera Retamas S.A. La Libertad, 2017"</p> <p>-Bobadilla y Sandoval, 2014 "La Responsabilidad Social y su relación en la Imagen Institucional Interna de la Empresa de Transportes Rodrigo Carranza S.A.C"</p>	