

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL Y LA IMAGEN CORPORATIVA DE
UNA MINA EN LA COMUNIDAD LA ARENA,
HUAMACHUCO 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:

Maria Isabel Quirita Gil

Asesor:

Mg. Juan Carlos Sevillano Gamboa

<https://orcid.org/0000-0002-0317-559X>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Higinio Wong Aitken	18160533
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Carlos Alberto Pastor Casas	18089419
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	María Eugenia Alfaro Sánchez	31676901
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Formulación del problema	20
1.3. Objetivos	21
1.4. Hipótesis	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	23
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	58
REFERENCIAS	69
ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1	Muestreo Probabilístico Estratificado	26
Tabla2	Descripción de instrumento de variables.....	28
Tabla3	Estadística de fiabilidad: Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa.....	30
Tabla4	Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	34
Tabla5	Variable: Responsabilidad Social Empresarial	36
Tabla6	Dimensión: Relación con el estado.....	37
Tabla7	Dimensión: Valores y Transparencia.....	39
Tabla8	Dimensión: Protección del medio ambiente	40
Tabla9	Dimensión: Relación con la comunidad.....	42
Tabla10	Variable: Imagen Corporativa.....	43
Tabla11	Dimensión: Imagen estratégica	45
Tabla12	Dimensión: Imagen Social.....	46
Tabla13	Dimensión: Habilidad Corporativa.....	47
Tabla14	Prueba de normalidad: Shapiro-Wilk.....	49
Tabla15	Correlaciones: Hipótesis general	50
Tabla16	Correlaciones: Hipótesis.....	52
Tabla17	Correlaciones: Hipótesis 2.....	53
Tabla18	Correlaciones: Hipótesis 3.....	55
Tabla19	Correlaciones: Hipótesis 4.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1 Niveles de variable: Responsabilidad Social Empresarial.....	36
Figura2 Niveles de variable: Relación con el estado	38
Figura3 Niveles de variable: Valores y Transparencia	39
Figura4 Niveles: Protección del medio ambiente.....	41
Figura5 Niveles: Relación con la comunidad	42
Figura6 Niveles de variable: Imagen Corporativa.....	44
Figura7 Niveles de dimensión: Imagen estratégica	45
Figura8 Niveles de dimensión: Imagen Social.....	46
Figura9 Niveles de dimensión: Habilidad Corporativa.....	48

RESUMEN

La presente investigación está enfocada en el sector minero, teniendo como objetivo determinar la relación de la gestión de responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de una mina en la comunidad La Arena, año 2021. La misma que tiene diseño no experimental y descriptivo con enfoque cuantitativo, de alcance correlacional y corte transversal. Como instrumento de recolección se usó la encuesta y la escala de medición tipo Likert, con 11 preguntas relacionadas a la responsabilidad social empresarial y 07 preguntas relacionadas a la imagen corporativa, sobre una población de 258 personas, la cual fue seleccionada mediante una muestra estadística estratificada.

En el proceso de investigación se empleó el programa IBM SPSS Statistics, donde se determinó la confiabilidad de la encuesta mediante el alfa de Cronbach. Asimismo, se empleó el método de Spearman donde el valor de correlación fue $\rho = 0,569$ siendo una correlación positiva moderada entre la gestión de responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de una mina.

Finalmente se concluye que existe una relación positiva moderada entre la gestión de responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de una mina en la comunidad La Arena, año 2022.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad social empresarial, imagen corporativa, gestión, relación, sector minero, comunidad.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Abreu, J. L. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación (Hypothesis, Method & Research Design). *Daena*, 7(2), 187-197.
- Aitken, H. G. W., Gallardo, E. J. T., & Victoria, A. G. L. (2019). Los programas de responsabilidad social empresarial y su impacto en la Imagen Corporativa en la Empresa Azucarera Casa Grande—2018. *YACHAQ*, 1(2), Art. 2. <https://doi.org/10.46363/yachaq.v1i2.72>
- Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. *Repositorio Institucional - Ulima*. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Andrea, M. D., Juliana, O. C., Bulmaro, J. H., Mixtli, V. M., & Cesar, D. L. (2021). *Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia*. 4.
- Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA E INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: BUSCANDO LAS VENTAJAS DE LAS DIFERENTES METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN. *Revista de Ciencias Económicas*, 31(2), Art. 2.
- Cujilema, L., Barahona, J., Pérez, M., & Esparza, F. (2019). La imagen corporativa en las PYMES y su relación con la responsabilidad social empresarial. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 256, Art. 256.
- Duque Orozco, Y. V., Cardona Acevedo, M. de la M., & Rendón Acevedo, J. A. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206. <https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55>
- Echauri, A. M. F., Minami, H., & Sandoval, M. J. I. (2012). La Escala de Likert en la evaluación docente: Acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Perspectivas Docentes*, 50, Art. 50. <https://doi.org/10.19136/pd.a0n50.589>

- Echeverría-Ríos, O. M., Abrego-Almazán, D., & Medina-Quintero, J. M. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Innovar*, 28(69), 133-147. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71703>
- Escobedo Baylón, E. R. (2016). Propuesta de modelo de responsabilidad social para mejorar las relaciones con los grupos de interés de la Empresa Minera SMRL Melva N° 20 de Trujillo—Huamachuco. *Universidad Nacional de Trujillo*. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8908>
- Espinoza Guadalupe, L. (2015). La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno—Período 2004—2014. *REPOSITORIO ACADÉMICO USMP*. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1857>
- Eulogio Rosales, M. K., & Núñez Cueva, E. L. (2022). Imagen corporativa y capacidad de respuesta del servicio del laboratorio clínico PC-ABO S.A.C., Puente Piedra, 2022. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/97017>
- Flores Marceliano, M. I. (2015). Estrategias de responsabilidad social en la imagen corporativa de la Minera Barrick Misquichilca S.A. distrito de Huamachuco 2014. *Universidad Nacional de Trujillo*. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2021>
- Godoy Herrera, L. Y., & López Rendon, J. (2017). *Relación entre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) e imagen corporativa de la Empresa de Energía de Pereira según la percepción de MUJERES UNIDAS CAIMALITEÑAS “CAIMOR”*. <http://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/4802>
- INEI - Directorio Nacional de Centros Poblados. *Censos Nacionales 2017*. (s. f.). Recuperado 21 de septiembre de 2022, de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1541/index.htm

- Lisboa, J. C. (2016). *Apuntes sobre métodos de investigación Notes on Research Methods*. 3.
- Lizcano-Prada, J., & Lombana, J. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR): Revisiting concepts and approaches*. 16.
- Llanos Cruzado. (2022, octubre 1). *Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa del Consorcio Combayo la Quinoa SAC. Cajamarca – 2021 PDF Online*. Tesis del Perú.
<https://www.tesisdelperu.com/responsabilidad-social-empresarial-e-imagen-corporativa-del-consorcio-combayo-la-quinua-sac-cajamarca-2021-3124477>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2016). La Encuesta. *Metodología de la investigación social cuantitativa*. <https://ddd.uab.cat/record/163567>
- Margarita, M. C. L., Javier, R. C., & Bertha, H. L. A. (2010). *Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)*. 11.
- Mauricio Villanueva, G. (2016). Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la empresa minera La Arena S.A. provincia Sánchez Carrión, año 2015. *Universidad Nacional de Trujillo*. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8576>
- Menendez Sahuá, L. S. (2018). Incidencia de la responsabilidad social corporativa en el desarrollo sostenible de la Minería en Arequipa caso: Compañía Minera Caraveli 2016. *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6003>
- Miloslavich, P. M. (2011). *Tesis para optar el título de Licenciada en Geografía y Medio Ambiente*. 157.
- Muñoz, M. F., Cervantes, Y. A., & López, F. J. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial y de Imagen Corporativa como estrategia de posicionamiento en empresas de Guadalajara. *Red Internacional de Investigadores En Competitividad*, 8(1), Art. 1.
- Navarrete, F. E., Malacara, A. R., & Zúñiga, L. I. (2014). Involucramiento de la micro, pequeña y mediana empresa en la comunidad y el desarrollo local en relación a su longevidad. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 65, Art. 65.

- Osorno, M. P., & Vargas, A. B. (2017). Gestión del sector minero en el ámbito nacional y su relación entre el accionar gubernamental y empresarial. *RECERCA. Revista de Pensament i Anàlisi*, 20, Art. 20. <https://doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.8>
- Pachón Reina, J. A. (2015). *Minería "responsable y sostenible" conflicto ético o verdadero modelo de responsabilidad social empresarial. Caso Cajamarca*. <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/13865>
- Puente, E. E. R. de la, Chavez, F. L. R., Cruz, J. O., & Silupu, W. C. (2019). Control de proyectos de Responsabilidad Social empresarial: Estudio en empresas mineras. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 684-700.
- Ramos Farroñán, E. V., Valle Palomino, N., Ramos Farroñán, E. V., & Valle Palomino, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: Camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298.
- Riascos, J. V. (2019). Identidad e imagen corporativas: Relación entre los perfiles de identidad e imagen de la Feria de Loja. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9(17 (enero-junio)), 189-208.
- Rodríguez, A. M. S. (2015). Diseño y validación de instrumentos de medición. *Diá-Logos*, 14, Art. 14. <https://doi.org/10.5377/dialogos.v0i14.2202>
- Romay, M., & Villalobos, A. (2014). Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa de los medios de comunicación impresos del estado Zulia. *Coepum*, 6(1), Art. 1.
- Sánchez, A., Solanilla, L., Clavijo, J., & Zambrano, A. (2010). Afijación óptima de tamaños de muestra en muestreo aleatorio estratificado vía programación matemática. *Comunicaciones en Estadística*, 3(1), Art. 1. <https://doi.org/10.15332/s2027-3355.2010.0001.01>
- Sánchez, L. L., Luque, N., & Villalba, J. (2020). La responsabilidad social empresarial frente a los beneficios tributarios y la imagen corporativa. *Apuntes Contables*, 27, Art. 27.

- Silva, D. B. A. (2019). LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y EL ROL DE LA EMPRESA PRIVADA. *SSIAS*, 12(1), Art. 1.
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/SSIAS/article/view/1139>
- Uribe-Macías, M. E., Vargas-Moreno, Ó. A., & Merchán-Paredes, L. (2018). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. *Entramado*, 14(1), 52-63. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27107>
- Viera, P. A. (2018). Ética e investigación. *Boletín Redipe*, 7(2), 122-149.
- Vilchez Valencia, I. C. (2017). *Relaciones entre la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de minera Aurífera Retamas S.A., La Libertad, 2017.*
<https://1library.co/document/q7rp0ony-relaciones-responsabilidad-social-empresarial-corporativa-aurifera-retamas-libertad.html>
- West, A., & Cacho, R. E. M. (2018). Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial y la imagen de marca de la franquicia Starbucks Cajamarca. *REV. PERSPECTIVA*, 19(4), Art. 4.