



Universidad
Señor de Sipán

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
POMALCA-2023**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Bach. Cieza Galvez, Adela Anali

[https://orcid.org/ 0009-0001-4583-993](https://orcid.org/0009-0001-4583-993)

Asesor:

Dr. García Yovera, Abraham José

[https://orcid.org/ 0000-0002-5851-1239](https://orcid.org/0000-0002-5851-1239)

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel - Perú

2023

Aprobación Del Jurado

TESIS

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE
POMALCA-2023**

Asesor (a): Dr. García Yovera, Abraham José
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dr. Mega Núñez Onésimo
Nombre Completo Firma

Secretario (a): Dr. García Yovera, Abraham José
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mg.Falla Gómez Carolina de Lourdes
Nombre Completo Firma



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

**PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE POMALCA-2023**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

APELLIDOS Y NOMBRES ADELA ANALI CIEZA GALVEZ	DNI: 70877985	FIRMA: 
--	---------------	--

Pimentel, 28 de junio de 2023

Dedicatoria

Mi trabajo de investigación lo dedico a nuestro creador Dios, por darme la fortaleza, tranquilidad y buena salud para seguir con mis estudios, a pesar de algunas dificultades me ha permitido estar finalizando mi carrera profesional, que ha sido uno de mis mejores deseos y también el de mi familia, también lo dedico con todo cariño a mi Madre con el inmenso amor que se merece.

Adela Anali.

Agradecimiento

Ha extensivo el agradecimiento a todos los docentes de la Universidad Señor de Sipán por su apoyo en cada uno de los cursos que de diferentes maneras no han apoyado con su experiencia y su dominio teórico para captar y buscar aplicar esos conocimientos en las organizaciones que desempeñemos como futuros profesionales. Agradezco a Dr. Abraham J. García Yovera, por ser guía y asesora en el desarrollo de mi tesis, además de manera especial a la Municipalidad Distrital de Pomalca por el apoyo brindado.

Adela Anali.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo “proponer un Plan de Responsabilidad Social Para Mejorar La Imagen Corporativa De La Municipalidad Distrital de Pomalca -2023”. Tipo de estudio descriptivo, propositivo, por las estrategias que se diseñaron después de obtener y analizar los resultados, no se realizó ningún experimento. Las unidades de estudio fueron 163 personas, quienes respondieron 20 ítems que conformaron la encuesta con alternativas según la escala Likert. Siendo, los resultados más importantes son la Responsabilidad Social que tiene la Municipalidad con la Población Pomalqueña, ya que es cierto que muchas de las personas no están totalmente enterados de como participar en los programas sociales que Realiza la Municipalidad, también se observa en esta investigación que la deficiencias de la Municipalidad.

Palabras claves: Responsabilidad Social, imagen corporativa, Programas Sociales

Abstract

The present investigation had as objective "to propose a Social Responsibility Plan to Improve the Corporate Image of the District Municipality of Pomalca -2023". Type of descriptive, purposeful study, due to the strategies that were designed after obtaining and analyzing the results, no experiment was carried out. The study units were 163 people, who answered 20 items that made up the survey with alternatives according to the Likert scale. Being, the most important results are the Social Responsibility that the Municipality has with the Pomalcan Population, since it is true that many of the people are not fully aware of how to participate in the social programs carried out by the Municipality, it is also observed in this investigation that the deficiencies of the Municipality.

Keywords: Social Responsibility, corporate image, Social Programs

Índice de Contenido

Aprobación Del Jurado	ii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Índice de Contenido	viii
Índice de tabla	xi
Índice de Figuras	xii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Realidad Problemática	13
1.1.1. Contexto Internacional	13
1.1.2. Contexto Nacional.....	16
1.1.3. Contexto local.	18
1.2 Antecedentes de estudios	19
1.2.1. Internacionales.....	19
1.2.2. Nacionales.	23
1.2.3. Locales.	27
1.3. Teorías relacionadas al tema	30
1.3.1 Teoría de Responsabilidad social empresarial	30
1.3.1.1. Definición	30
1.3.1.2. Beneficios de ser socialmente responsable	31
1.3.1.3. Principales características de la responsabilidad social	31
1.3.1.4. Principales teorías de la responsabilidad social corporativa	32
1.3.1.5. Estándares Generales	33
1.3.1.6. Beneficios de la responsabilidad social empresarial.....	33
1.3.1.7. Programas de responsabilidad social empresarial.....	34
1.3.1.8. Elementos para analizar un programa con Responsabilidad Social Empresarial.....	35
1.3.1.9. Calificación de la responsabilidad social empresarial	35
1.3.1.10. Ámbitos y de buenas prácticas en la responsabilidad social empresarial	35
1.3.1.11. Aspectos que caracterizan a una empresa socialmente responsable	36

1.3.1.12. El uso de indicadores y estándares de la Responsabilidad Social	37
1.3.1.13. Dimensiones de la Responsabilidad Social	37
1.3.2. Conceptos de la imagen corporativa	39
1.3.2.1 La importancia de la imagen corporativa	40
1.3.2.2 Aspectos fundamentales de la imagen corporativa.....	40
1.3.2.3. Las etapas del plan estratégico de imagen corporativa	41
1.3.2.4. Estructura de la imagen corporativa	41
1.3.2.5. Estudio del perfil de los públicos.....	42
1.3.2.6. Condiciones para poder hacer una imagen	43
1.3.2.7. Elementos representativos para posicionar una imagen corporativa	43
1.3.2.8. El entorno general.....	44
1.4. Formulación del problema	45
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	45
1.6. Hipótesis	45
1.7 Objetivos	46
1.7.1. Objetivo General.	46
1.7.2. Objetivos Específicos.....	46
CAPITULO II: MATERIAL Y MÉTODO	47
2.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	47
2.1.1. Tipo de la Investigación.	47
2.1.2. Diseño de Investigación.....	47
2.2. Población y muestra.....	48
2.2.1. Población.	48
2.2.2. Muestra.....	48
2.3. Variables y Operacionalización	49
2.3.1. Variable independiente.	49
2.3.2. Variable dependiente.....	49
2.3.3. Operacionalización de variables	50
<i>Operacionalización de la variable independiente Propuesta de valor en base al Método Canvas.....</i>	50
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	53

2.4.1. Técnica	53
2.4.2. Validez y confiabilidad	53
2.5 Procedimiento de análisis de datos.....	53
2.5.1. Método de investigación	53
2.6. Criterios éticos	54
2.7 Criterios de Rigor Científico	55
CAPÍTULO III: RESULTADOS	56
3.1 Resultados en tablas y figuras	56
3.2. Discusión de resultados	78
3.2 Propuesta de Investigación.....	81
3.2.1 Introducción	82
3.2.2 Objetivos de la propuesta:	83
3.2.3. Misión, Visión y Valores.....	83
3.2.4. Importancia	84
3.2.5. Programas sociales que la Municipalidad Distrital de Pomalca realiza para la población	84
3.2.6 FODA.....	96
CAPÍTULO IV-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
4.1 Conclusiones.....	99
4.2 Recomendaciones	101
REFERENCIAS.....	103
ANEXOS	111

Índice de tabla

Tabla 1 Variable independiente.....	50
Tabla 2 variable dependiente	51
Tabla3-Aspectos éticos	54
TablaN°-4Sexo	56
Tabla N°5-Edad.....	57
Tabla N°6 Conocimiento acerca de la Responsabilidad Social.....	58
Tabla N°7-EL personal municipal cumple con los valores y principios Éticos	59
Tabla N° 10- Las actividades desarrolladas en municipalidad es acorde a la realidad	62
Tabla N° 11-Participa algún proyecto social realizado por la Municipalidad	63
.....	63
Tabla N° 12- La Municipalidad da capacitaciones o charlas en los colegios sobre el medio ambiente	64
Tabla N° 13-Al quemar las cañas se contamina el medio ambiente	65
Tabla N° 14-La Municipalidad brinda programas de apoyo social para la comunidad.....	66
Tabla N° 15-La Municipalidad lucha contra el soborno y la corrupción	67
Tabla N° 16-La imagen que tiene de la Municipalidad es buena	68
Tabla N° 17-La Municipalidad trabaja en conjunto con la comunidad brindando honestidad.....	69
Tabla N° 18-La Municipalidad tiene una con tecnología adecuada.....	70
Tabla N° 19-Municipalidad realiza procesos o actividades novedosas	71
Tabla N° 20- Realiza campañas de donación a para la población	72
Tabla N° 21-La Municipalidad cuenta con un plan de RS	73
Tabla N° 22-Los funcionarios de la Municipalidad son competentes y amigables	74
.....	74
Tabla N° 23-¿Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?	75
Tabla N° 24- ¿Las campañas que realiza la Municipalidad para reducir la contaminación?	76
Tabla N° 25-La Municipalidad se compromete en equipo para lograr las metas	77

Índice de Figuras

Figura 1-Sexo.....	56
Figura 2-Edad.....	57
Figura 3- Conocimiento acerca de la Responsabilidad Social	58
Figura 4- El personal municipal cumple con los valores y principios éticos	59
Figura 7-Actividades acorde a la realidad	62
Figura 8-Participación de Proyecto Social.....	63
Figura 9-Capacitacione o charlas.....	64
Figura 10- Quema de Caña y Medio Ambiente	65
Figura 11-Apoyo a programa Social.....	66
Figura 12-Lucha contra Soborno y Corrupción.....	67
Figura 13-Imagen de la Municipalidad	68
Figura 14-Trabajo coordinado	69
Figura 15-Tecnología	70
Figura 16-Procesos o actividades novedosas	71
Figura 17-Campañas.....	72
Figura 18-Plan de Rs	73
Figura 19-Funcionarios competentes	74
Figura 20-Política ambiental.....	75
Figura 21-Campañas sobre contaminación.....	76
Figura 22-Trabajo en equipo para el logro de metas y objetivos.....	77

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

Fernández (2018) afirma en su investigación que el comportamiento de 50 variables relacionadas con la responsabilidad social corporativa en la comunicación de todas las universidades españolas. Asimismo, se analizaron más de 250000 tuits publicados en las cuentas de Twitter de estas universidades (públicas y privadas), y se utilizaron diferentes algoritmos para determinar con qué frecuencia nos revelan conceptos típicos en el campo semántico de la responsabilidad social corporativa. La desigual aparición de estos conceptos en la distribución universitaria lleva a concluir que estos conceptos no forman parte de ello. Como resultado, se plantea la dirección futura de la investigación y se propone un sistema inédito de responsabilidad social de las universidades.

Recuerda que la responsabilidad social es una responsabilidad empresarial. Las empresas o sociedades complementan y contribuyen al desarrollo de la sociedad, por eso es importante proponer un plan de responsabilidad social empresarial que comunique entre las universidades públicas y privadas con el fin de lograr el aumento de la competitividad y la buena imagen de las universidades españolas, siendo un aporte importante para la investigación que se realiza, buscando así que la municipalidad de Pomalca se comprometa con el desarrollo social de su distrito logrando alcanzar una buena imagen corporativa.

Pérez (2016) afirma que, muchas empresas alrededor del mundo han tenido que adaptar sus operaciones a una situación actual de mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad en su conjunto. La búsqueda de beneficios económicos debe dar paso a la formulación de nuevas metas en las áreas de responsabilidad social, protección ambiental y protección de los recursos naturales, partiendo de un enfoque estratégico puramente económico a un enfoque cada vez más social y ambiental, alto compromiso con el desarrollo sostenible y diversos grupos de interés. La primera parte de este estudio revisa la literatura relacionada con

la responsabilidad social empresarial (RSE), enfatizando las dimensiones que la componen. Los siguientes son los pasos para implementar una adecuada gestión ambiental interna y externa para traer beneficios significativos a la organización.

En esta investigación el autor indica que hoy en día las empresas tienen un mayor compromiso con el medio ambiente, ya que cada vez se hace más social y ambiental que económicamente por lo tanto buscan una correcta implementación de gestión ambiental tanto interna como externa. Así mismo se busca que la municipalidad de Pomalca implemente un plan de responsabilidad social que genere beneficios para el distrito de Pomalca.

Blanco (2018) afirma que la generación de confianza en los consumidores es una consecuencia directa de la asunción de criterios de responsabilidad social en la gestión empresarial. Esta capacidad de crear confianza se puede medir mediante indicadores. El artículo se centra en artículos centrados en programas de entretenimiento televisivo, en el cual se aborda cómo medir la confianza del consumidor final, el cual es descrito como la audiencia. Basado en una revisión de la literatura académica y profesional y de experiencia internacional, se plantea un amplio acuerdo de indicadores integrados de la RSC y de reputación empresa. La verificación del protocolo, así como las ponderaciones para cada indicador, ha sido desarrollado en consulta con expertos de varios grupos de interés, a través del método Delphi.

Según lo expresado por el autor, se concluye que en España para poder llegar al consumidor final y poder asumir criterios de responsabilidad social en la gestión empresarial, y a partir de experiencias internacionales se va proponer un protocolo y reputación corporativa para que así se pueda obtener una buena validación de este protocolo.

Villalba (2018) afirma que La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema ampliamente difundido en la academia. El atractivo que crea es que la acción significará que las empresas tengan incidencia positiva en la sociedad, a través de

la práctica ética, participación ciudadana, derechos de las personas y medio ambiente. La reflexión sobre responsabilidad social empresarial propuesta por el consultor de la CEPAL Bernardo Kliksberg es considerada un referente tema latinoamericano. Su principal argumento es ver la responsabilidad social empresarial como herramientas para el desarrollo del país, por lo que su implementación será Implicaciones para la lucha contra la pobreza. Bajo este supuesto, el análisis es el aporte real de la RSE en América Latina, un panorama de si la RSE , bosquejando si la RSE predice un rol solución de problemas, o más bien las empresas se valen de la RSE como imagen de empresa y estrategia de rentabilidad.

Por otro lado, Villalba indica que la Responsabilidad Social empresarial (RSE) ha logrado obtener gran interés y difusión debido a sus repercusiones eficaces ante la sociedad, Bernardo Kliksberg brinda su aporte a este tema para posicionar a la RSE como una manera de lograr el surgimiento de los países y a través de ello poder obtener el apoyo de la RSE en América latina, buscando la veracidad del apoyo que este brinda o si solo busca lucrar con ello.

Martínez (2017) realizó el presente artículo de naturaleza teórica, tuvo por objetivo analizar la responsabilidad social empresarial (RSE) desde los postulados de la teoría institucional (TI), con el propósito de comprender y explicar el proceso de legitimidad que procuran las organizaciones ante los diversos grupos de interés con quienes se relaciona. En este sentido y como resultado del entorno que ejerce presión sobre una persona, el diseño y los procesos internos deben adaptarse al uso de isomorfismos coercitivos, normativos para lograr el objetivo. A partir de estas esta categoría, el marco conceptual desarrollado, facilitó la reflexión de la responsabilidad social empresarial, según el enfoque institucional, perspectiva sociológica, teniendo en cuenta las diversas dimensiones y refiriéndose a algunas evidencias en el caso venezolano, en donde se reafirma el proceso isomórfico.

En la investigación realizada por Martínez permite la realización de la responsabilidad social buscando imponer el derecho que ellos tienen ante las personas del mismo interés social, lo que facilitara tener una visión más clara sobre

la (RSE) ya que desde un punto de vista no todas las personas buscan el bienestar de todos sino personalmente.

1.1.2. Contexto Nacional.

Edmundo (2016) propone un modelo teórico que relaciona la responsabilidad social corporativa y reputación corporativa para, a partir de él, plantear hipótesis de la influencia en la confianza del inversor mediante el estudio de casos de empresas financieras ubicadas en Perú. Este aumento de reputación es significativo a medida que aumenta el valor de la empresa. Entre los casos bajo el programa de responsabilidad social se encuentran siete proposiciones, las cuales se dividen en tres relaciones (RSC y confianza de los inversionistas, RSC y reputación corporativa, y reputación corporativa y confianza del inversionista). En futuros estudios planeamos extender este análisis, teniendo en cuenta empresas peruanas que hayan desarrollado prácticas de RSC. Los conceptos de RSC y RC han sido analizado en la literatura de forma aislada.

En lo expuesto por Edmundo manifiesta tener una mejora relación con la responsabilidad social corporativa y reputación corporativa para así tener una buena influencia y mediante un estudio a empresas financieras en Perú, con el objetivo de extender y fortalecer a grandes empresas peruanas, Por lo cual es necesario que la municipalidad de Pomalca tenga una mejor reputación corporativa y un buen desarrollo de responsabilidad social.

Lozano (2016) afirmo que La responsabilidad social (RS) es una manifestación voluntaria y ética que debe entenderse como una filosofía de trabajo y un modelo de actuar que las organizaciones deciden adoptar en relación con los grupos de interés. Sin embargo, una gestión adecuada de la responsabilidad social también traer beneficios a las empresas que practican la RS, fortaleciendo la buena reputación de la empresa. Al realizar el análisis se pretende entender cómo la gestión de la responsabilidad social ayudan a construir la reputación corporativa.

De acuerdo por lo expresado por el autor Responsabilidad Social debe ser voluntaria y ética de las personas que trabajan dentro de una empresa, ya que esto genera muchos beneficios para la empresa ya que es el fortalecimiento de la reputación corporativa ya que es uno de pilares para el crecimiento de una organización.

La Paz (2016) afirmó mediante un estudio exhaustivo, realizado a nivel teórico y práctico, se determinó el diagnóstico actual que tiene la Imagen Corporativa se propuso de manera práctica y sistemática, un diseño de doce estrategias de Imagen Corporativa, las cuales pretenden ser el primer paso de un proceso hacia una consolidación de la Identidad Corporativa, Así también, la propuesta pretende ser uno de los pilares fundamentales para los planes de marketing que tiene la empresa a futuro a largo plazo y así generar mayor beneficio (no solo de Imagen, sino también económico) para la empresa.

En esta investigación La Paz, manifiesta que la imagen corporativa propone ser la más importante y futura para las empresas en determinado tiempo, lograr un mayor reconocimiento y obtener una mejora económica, ya que dentro de las organizaciones es muy importante prestar atención a los colaboradores, por ser parte esencial del crecimiento.

García (2017) afirmó que la cultura corporativa y el compromiso organizacional son constructos que presentan gran interés para el desarrollo de las organizaciones. El artículo analiza las consecuencias de la cultura corporativa y el papel de la cultura corporativa de la municipalidad provincial de Arequipa. En el estudio se aplicó el paradigma cuantitativo métodos de encuesta, encuestándose a 195 trabajadores de la ciudad la Municipalidad. Las principales consecuencias de la cultura corporativa en cultural organizacional del Personal con la Municipalidad son: cooperación, participación y ayuda solidaria en el Personal; en términos de compromisos laborales no influye positivamente comportamiento laboral de los colaboradores, como: productividad, metas organizacionales, mejor desempeño. Siendo así, la cultura corporativa y la comunicación Interacción interpersonal si contribuye a la conexión del empleado con la municipalidad.

En su investigación Hace referencia a la cultura corporativa, así como el compromiso y el interés del florecimiento de estas organizaciones, lo que está logrando con la municipalidad de Arequipa es poder tener implicaciones positivas de comportamiento laboral de los colaboradores mostrando el interés para la municipalidad desarrollando productivamente en su plan de labores de responsabilidad social.

1.1.3. Contexto local.

La Municipalidad Distrital de Pomalca S.A.A, incorporada con la Ley N° 26921 de fecha 31 de enero de 1998 y se encuentra ubicado en la región Lambayeque, provincia de Chiclayo, específicamente en calle Apolinario salcedo s/n ex hospital. Actualmente se encuentra bajo el mandato del alcalde sr. miguel ángel segura clavo, dentro de sus obligaciones como gobierno local esta: la administración de servicios públicos, limpieza y mantenimiento de vía pública.

En la actualidad la municipalidad de Pomalca, tiene como problema; el no implementar un estrategia de responsabilidad social para procurar enaltecer la imagen corporativa; ya que se evidencia en diferentes aspectos: inconformidad en la recolección, manejo de depósitos de desechos, la falta de información a la población sobre el corte de agua, el mejoramiento de ejecución de programas sociales, defensa y promoción de derechos para los niños, adolescentes ,mujeres y personas con discapacidad y la concientización medio ambiental .

Por lo tanto, se planteará un plan de estrategias para la creación de ventajas competitivas de responsabilidad social; teniendo como finalidad, que los pobladores puedan tener una buena percepción de la Municipalidad y esta última genere una situación competitiva y voluntariosa, que permita fortalecer su imagen.

1.2 Antecedentes de estudios

1.2.1. Internacionales.

Zarate y Garces (2017) investigaron sobre “El rol de las relaciones públicas en la comunicación, e imagen corporativa del gobierno municipal del cantón Sucúa”; con el aporte de expertos en la disciplina se crearon bases teóricas que demostraron la importancia de desarrollar la Comunicación empresarial en las instituciones municipales, que permiten cumplir con los objetivos de la institución, y garantizando la transparentando de su actuación, situación que influye en la opinión pública y forma su identidad, imagen y reputación positiva de la misma. Los resultados de la encuesta que se realizó al público externo e del Municipio de Sucúa revelaron debilidades en el sistema de comunicación la institución con sus públicos, sobre los niveles de satisfacción y las posibles áreas al servicio de la comunidad.

Esta investigación realizada por los autores, su objetivo principal es analizar la funciones de las relaciones públicas en la comunicación e imagen corporativa del gobierno municipal del cantón Sucúa, donde permite difundir la importación de la comunicación corporativa, para mejorar o construir una identidad, imagen, acciones a realizar y buena reputación para la sociedad.

Maldonado (2017) en su investigación sobre “Auditoria de la imagen corporativa de la Orquesta Sinfónica de Cuenca” como principal objetivo la ejecución de una auditoria de la imagen corporativa de la Orquesta Sinfónica de Cuenca, proporcionando a la institución herramientas óptimas para alcanzar un alto nivel de impacto a través de su imagen a nivel interno y externo. Por ello, esta investigación se desarrolla centrándose en los principales fundamentos teóricos y conceptuales tanto de la comunicación organizacional y la imagen de la institución y los principales factores que la condicionan y favorecen para alcanzar un cierto nivel de presencia en el entorno, representando la tendencia a poner en práctica las ideas y sugerencia de un asesor o profesional externo. Finalmente, se propone una serie de fases y etapas no solo para lograr metas institucionales, sino también para crear un fuerte sentido de pertenencia entre sus trabajadores, así como para impactar positivamente a la sociedad en general.

Según Maldonado es sobre como principal objetivo consistió en auditoria de la imagen corporativa de la Orquesta Sinfónica de Cuenca, nos permite lograr un alto impacto utilizando su imagen. A través de su imagen nos incentivan a participar tanto como la institución y la sociedad para dar ideas y sugerencias.

Posligua (2017) en su investigación sobre “Modelo de gestión de responsabilidad social empresarial para el sector maderero ecuatoriano” objetivo analizar La responsabilidad social empresarial para las empresas madereras ecuatorianas está presente como un reto por asumir, pues contempla aspectos sociales, económicos y ambientales que otorgan a la empresa un valor diferente al tradicional ya que atraviesa aspectos de sustentabilidad y de desarrollo. La RSE se refiere a la forma en que las empresas pueden hacer que sus intereses vayan más allá de los intereses financieros y las relaciones con los grupos de interés tienen como objetivo que estas relaciones sean sostenibles a largo plazo para que puedan ser aprovechables. El modelo de gestión sustentable destaca la importancia de la responsabilidad social empresarial en la visión empresarial de la industria maderera ecuatoriana, incluyendo los aspectos esenciales que debe incluir el modelo para convertirse en una herramienta de negocio para los pequeños productores de madera.

De la investigación realizada por Posligua en Ecuador, su objetivo es analizar la RS las empresas madereras, con el propósito de contemplar los aspectos sociales, económicos y ambientales, la cual el negocio busca beneficios más allá de lo económico, pensando en el bienestar y necesidades de la sociedad, el medio ambiente y ser empresa innovadora.

Medina (2018) en su investigación sobre “La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación” El propósito de esta investigación es determinar la influencia de la RSE en la imagen de marca afectiva y la reputación en el sector de autoservicios. Por este motivo, e llevó a cabo un estudio empírico hay 316 consumidores en el centro de Tamaulipas, México.

Los datos obtenidos se recopilaron utilizando el método estadístico de mínimos Cuadrados Parciales. Finalmente, los resultados muestran que tienen un impacto directo y significativo en la imagen y la reputación de la marca, en la dimensión legal; sin embargo, se advierte que la dimensión económica no indica conclusión significativa, Corporate Social Responsibility (CSR)

Esta investigación realizada por Medina es respecto a esta RS empresarial se refleja en la imagen de marca afectiva y reputación, que se ha convertido en el objetivo de dar un valor, crear lealtad con la población y un buen prestigio en el sector autoservicios. Lo cual brindara beneficios y crecimiento e éxito para la empresa.

Cerón (2017) en su investigación sobre "Responsabilidad social y ética administrativa empresarial de la imagen corporativa de MABE" El objetivo de la gestión ética es proporcionar bienestar a los empleados favoreciendo en recursos a la empresa y así conjuntamente apoyar la toma de decisiones responsables y correspondidas manteniendo una conducta respetuosa de legalidad ética, de moral y de compromiso con el medio ambiente que es esencial porque se trata del equilibrio entre la empresa, el hombre y el medio "coeficiencia" (disminución del impacto ambiental en relación al volumen de producción obtenido, el método es hermenéutico e interpretativo, finalidad hacer un análisis conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación explícita con la gestión en el campo ético como fundamento de la imagen corporativa de MABE.

Esta investigación realizada por Cerón es sobre "Responsabilidad social y ética administrativa empresarial de la imagen empresaria de MABE", cuyo objetivo fundamental es alcanzar el bienestar de los empleados favoreciendo a la empresa, lo cual los colaboradores puedan participar dando sus opiniones y ejecutar decisiones responsables acorde a la moral y ética.

Rengel (2018) en su investigación sobre "Posicionamiento y mejoramiento de la imagen del Centro Clínico Auditivo GAES" tuvo como objetivo posicionar a dicho centro como el principal Centro Clínico Auditivo dentro de la ciudad y la provincia;

En ese sentido, propone estrategias de comunicación para mejorar la imagen, a través de programas y proyectos, en donde se proyecten todos los servicios y productos. Por otra parte, se trata de incrementar las ventas de audífonos y que los pacientes puedan llevar un mejor estilo de vida, el tipo de investigación es descriptiva activa, la población es de 1800 personas, el tamaño de la muestra es de 120, la cual está conformada por pacientes del centro clínico Auditivo Gaspar, se conseguir aquello, con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y las redes sociales. Las estrategias tradicionales de comunicación y relaciones públicas jugaron un papel protagónico, en definitiva, se implementaron estrategias de comunicación y relaciones públicas desde los aspectos de revisión teórica, diagnóstico, investigación, etc., se propone un plan de posicionamiento del Centro Clínico Auditivo GAES.

EL posicionamiento y mejoramiento de imagen empresarial es muy importante para las empresas de ahora, porque fidelizan a los clientes a través de estrategias de comunicación y la buena tecnología, para el uso de redes sociales dando como resultado una investigación idónea de vida para pacientes del clínico auditivo GAES.

Nieves y Angón (2017) sobre su investigación “Calidad de vida asociada con recursos sociales y autonomía de adultos mayores. Cuenca, 2017”, diseñado para medir la calidad de vida en relación con los recursos sociales y autonomía de adulto mayor. El estudio fue observado y analizado cuantitativamente, cuya técnica utilizada es la entrevista directa, la misma que tuvo como muestra a 140 adultos mayores del Centro Gerontológico María Reina de la Paz. Se consiguió la información, a través de escalas, esta son: WHOQOL–Bref (valoración de la calidad de vida), Barthel (análisis del grado de autonomía) y Gijón (condición social); los datos que se obtengan serán presentados en cuadros estadísticos, previo a ello serán tabulados en programa estadístico SPSS, versión 15, cuyo resultados son los siguientes: el 60,7% (85) de adultos mayores posee una calidad de vida moderada, y el 32,1% (45) responde a buena calidad de vida.

Esto demuestra cuán importante es la responsabilidad social con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas, para ello este estudio pretende mejorar la calidad de vida de los pacientes con la ayuda de recursos sociales e implementar el plan nacional del buen vivir para la salud y el bienestar de los adultos mayores.

1.2.2. Nacionales.

Mercado (2018) en su investigación sobre “La imagen corporativa y su influencia en el posicionamiento en los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Chimbote 2017” tiene como propósito ayudar a medir el nivel de posicionamiento en los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote respecto a su identificación de la imagen corporativa en la ciudad de Chimbote. En el estudio participaron un total de 361 estudiantes de la población y se utilizó el diseño “no Experimental – Correlacional” para sustentar la hipótesis. Los resultados de la encuesta permitieron medir el nivel de posicionamiento (en general, el 77.4%, en promedio está en un rango bueno); en la evaluación de identificación de imagen de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote frente (el 81.4% se obtuvo dentro del rango de muy bueno). Estos resultados sugieren que se deberá colocar un poco más de énfasis en el posicionamiento de dicha Universidad.

Al respecto de la imagen corporativa y su impacto en el posicionamiento en los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, los resultados que alcancen servirán para medir el nivel de posicionamiento de los alumnos hacia la identificación de la imagen corporativo.

Villacorta y Sánchez (2017) se realizó una investigación sobre “Relación del nivel de responsabilidad social empresarial el con nivel de posicionamiento de marca de una empresa heladera de la ciudad de Cajamarca, 2017” como objetivo tuvieron el propósito de buscar determinar la relación del nivel de Responsabilidad Social Empresarial. Por esta razón, este estudio se realizó de acuerdo con un diseño de tipo transversal, correlacional y descriptivo, realizado en un periodo de tiempo. El estudio se realizó con 267 muestras, que son clientes de la empresa heladera de

la ciudad de Cajamarca. Mediante la investigación se tuvo como resultado la aceptación de la hipótesis planteada, en consecuencia rechazaron la hipótesis nula. En cuanto al nivel alto del 64.79%, desde este punto, se considera completamente favorable en relación con el manejo por parte de la empresa, respecto a sus dimensiones: medio ambiente y clientes y comunidad. Asimismo, el nivel de Posicionamiento de Marca alcanzó el 60.67%, lo que significa que la imagen, lealtad y fidelización es gestionada de forma adecuada.

Según estudios realizados por Villacorta y Sánchez en Cajamarca, los resultados obtenidos están basados en la responsabilidad social empresarial, una empresa con posicionamiento de marca, permitirá comparar los datos con los que se obtendrán en esta investigación.

Fernández y Saldaña (2017) en su estudio “La responsabilidad social empresarial como herramienta de marketing para el posicionamiento de una empresa trujillana de transporte interprovincial de pasajeros en la ruta Trujillo- Huamachuco en el año 2017” pretende el diseño de un programa de gestión de Responsabilidad Social Empresarial que permite el posicionamiento de la empresa de Transportes Caipo como empresa de transporte interprovincial. El trabajo es descriptivo, y tiene 31 empleados activos, tomándose al 100% de éstos como muestra; asimismo el número de clientes de la empresa es 1159, por lo cual se tomó en cuenta 289 clientes, de lo cual ayuda a diagnosticar el nivel de posicionamiento de la empresa; Por último se elaboró el plan de responsabilidad social empresarial, tomando en cuenta las oportunidades de mejora de realidad de la empresa, que busca utilizar la RSE como ventaja competitiva para mejorar el posicionamiento de la empresa de Transportes Caipo. Finalmente permite desarrollar un plan de responsabilidad social corporativa teniendo en cuenta oportunidades de mejora de la realidad empresarial, empresas que quieran utilizar la RSE como las ventajas competitivas mejoran la posición de Transportes Caipo.

La creación del programa para la gestión de responsabilidad social empresarial cuyo fin brinda la oportunidad de un mayor reconocimiento y crecimiento de la empresa de transporte interprovincial.

Tabaco y Rebaza (2017) en su investigación respecto al “Análisis sobre la responsabilidad social universitaria. Una revisión sistemática de la literatura científica en el período 2012 – 2017”, el propósito de esta revisión sistemática fue describir la responsabilidad social de las universidades con el objetivo de fomentar la gestión responsable, porque existen universidades que no son conscientes de la responsabilidad social universitaria. La metodología de la utilizada fue PRISMA. Como resultado, se encontraron 12 dimensiones, entre las cuales el impacto más significativas en la responsabilidad social de las universidades corresponden a 06 dimensiones, las cuales son: social, formación, organizacional, Cognitivo y epistemológico, ética y ambiental. Y las que tienen poca relevancia en artículos científicos de revistas indexadas tomadas como referencia en la revisión sistemática son seis dimensiones: extensión, egresados socialmente responsables, el alumnado, el personal, la mejora continua y capital social.

Esta investigación busca llenar a un mayor número de universidades con el propósito de fomentar la gestión responsable en las mismas, mediante el uso de metodología en este caso “el prisma” que existe muchas universidades que no le da la importancia que esta merece debido a poco conocimiento sobre la responsabilidad social.

Padro (2017) en su investigación “Plan de gestión de gestión de responsabilidad social a través del reforzamiento académico en la escuela sabatina del asentamiento humano Torres de San Borja - Moche Trujillo Perú” En este proyecto de responsabilidad social se propone el reforzamiento académico, mediante la implementación de clases sabatinas en el AA.HH. Torres de San Borja, Distrito de Moche, tiene como objetivo mejorar el rendimiento académico de los niños en los colegios, concientizándolos en la educación en valores y mejorar su calidad de vida. El desafío es enorme, pues busca educar a los niños en materias y valores básicos. Otro objetivo es llegar a los padres de la comunidad local para que puedan apoyar en la educación en la escuela y en el hogar. Por ello, gracias al proyecto UNIONES, alumnos de la UPN por el trabajo en equipo, coordinación con el Centro de Atención y Educación a la Familia (CAEF) y AA.HH por su apoyo se logró el

proyecto “Reforzamiento académico en la escuelita sabatina en el AA.HH. Torres de San Borja en el distrito de Moche.

En esta investigación lo que busca mejorar la calidad educativa, no solo quiere lograr mejora en los cursos sino también en los valores de los niños, a través del aumento de las clases, otro propósito es llegar a los padres para que se involucren y conozcan más sobre la gestión de la responsabilidad social.

Santos y Sánchez (2017) realizó una investigación sobre “La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca” como objetivo analizar la relación de dos importantes aspectos en el desarrollo de las empresas del sector agroindustrial en el país. Por otro lado, la RSE es un concepto que se está tomando en cuenta en diversos estudios, y tiene un papel importante en empresas que se proponen mejorar aspectos sociales, económicos, así como ambientales de la población. Por otra parte, la competitividad empresarial se considera un punto importante para nuestro estudio, debido que el concepto se basa entre la competencia entre empresas que logran diferenciarse y competir como parte de su responsabilidad empresarial en el ámbito de los negocios, pues es una unidad en la sociedad, y además recibe recursos de la sociedad, inversiones, lo que significa que deberá hacer un buen uso de los recursos, priorizando el interés público, sabiendo administrar el dinero. Cada uno de los aspectos señalados serán estudiados, y se acalará si existen conexiones e influencias entre las dos dimensiones que contribuye al desarrollo de la economía, la sociedad y medio ambiente.

Según Revollar (2017) en su investigación sobre “Responsabilidad social e imagen institucional del puesto de control migratorio del aeropuerto internacional Jorge Chávez, Callao 2017” como objetivo es identificar la relación entre la responsabilidad social y la imagen institucional del puesto de Control Migratorio en los usuarios. El tipo de investigación se enfoca en métodos cuantitativos básicos y diseños no experimental, cuya población la conforma usuarios del servicio de control migratorio, con muestra probabilística de 323 usuarios. El método empleado fue una encuesta, y el instrumento de recolección de datos han sido dos

cuestionarios validados por juicios de expertos y cuya confiabilidad fue determinada por estadística. Se tiene como conclusiones: los valores promedio del nivel de responsabilidad social e imagen institucional son 45,51% y 54,80% respectivamente, y la correlación entre las variables es moderadamente positiva, lo cual es resultado de aplicar la prueba de Rho Spearman, mostrando un coeficiente de correlación $r = 0,555$, el valor de nivel de significancia es $= 0,01$ el cual es menor que $p = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula H_0 asumiendo que existe una relación significativa entre la responsabilidad social y la imagen de la institución

Se busca encontrar relación entre la responsabilidad social y la imagen institucional del puesto de control migratoria del aeropuerto internacional Jorge Chávez, esto se realizó mediante una encuesta y cuestionario siendo estos verificados por conocedores del tema para su total conformidad hallando en ellos relación positiva media.

1.2.3. Locales.

Según Avila y Fernández (2017) realizaron un estudio sobre “Imagen Corporativa del Hotel Gran Sipán, de Tres Estrellas, De la Ciudad de Chiclayo”, cuya finalidad consistió en el análisis la imagen empresarial del Hotel Gran Sipán, con categoría tres estrellas en la ciudad de Chiclayo, empleándose método cuantitativo, para comprender la percepción de las personas respecto del asunto; la muestra se tomó a 11 empleados, 11 huéspedes y 5 personas de los alrededores del Hotel Gran Sipán, a criterio de los investigadores se utilizaron técnicas de gabinete, bibliográficas, entre otras técnicas. como instrumentos de investigación, y en cuanto al procesamiento de datos se desarrolló utilizando el programa informático Word 2010, para su presentación y debida validación.

Rodríguez (2017) realizó una investigación sobre “Nivel de Satisfacción Laboral en los colaboradores del establecimiento de comida rápida Pizza Hut Chiclayo” como objetivo La presente investigación se realizó en el establecimiento de comidas rápidas Pizza Hut ubicada en el centro comercial Real Plaza de la ciudad de

Chiclayo en el año 2017 contando con la participación de todos los colaboradores de dicha empresa. Muchos colaboradores buscan un beneficio personal. El presente estudio tuvo como finalidad evaluar la satisfacción laboral en la empresa, por ello se encuestó a los colaboradores, obteniéndose distintos resultados de satisfacción. La población consta de 35 trabajadores, asimismo se utilizó la recolección de datos con 27 ítems. Así, se concluye que es importante la satisfacción laboral, al ser los colaboradores la parte de mayor importancia, al ser una pieza clave para que funcionen las empresas

Esta estrategia para la satisfacción laboral social de los clientes y la buena imagen de la empresa se utilizaron un nivel de satisfacción dentro de establecimiento ya que encontraron que los colaboradores solo les importaban su beneficio personal, es por ello muy importante que la organización esté pendiente de esto y brindar un mejor aporte a la empresa.

Alicia (2017) realizó una investigación sobre "Plan de Marketing Social Para la Concientización Ambiental en la Ciudad de Chiclayo" el objetivo principal crear mayor concientización en la población y fortalecer la participación comunitaria respecto a la responsabilidad que todas las personas compartimos aprendiendo el correcto manejo de residuos sólidos y eliminar la acumulación de la basura. Se puso en práctica instrumentos de estudio como encuestas para comprender la situación real de las familias que enfrentan problemas y el deseo de participar en la mejor del entorno de vida. Finalmente, pretente concientizar sobre la limpieza en nuestros hogares y cuidado del medio ambiente, mediante taller, el reciclaje, programas, entre otros, promoviendo la responsabilidad social

En esta investigación tiene como plan de marketing social, para poder concientizar a las personas sobre el medio ambiente ya que hoy en día se ve que fuertemente este tema, ya que las personas no toman conciencia y responsabilidad propia, de acuerdo con las diferentes estrategias poder llegar a que puedan cambiar de chip la ciudadanía.

Torres (2017) realizó una investigación sobre “Propuesta para la Responsabilidad social corporativa basada en el modelo de empresa familiarmente responsable. Caso: una corporación del norte” como objetivo es identificar el contexto que se haya la corporación del norte en sus tres categorías de negocio, debido al impacto relacionado a su gestión, y al proponer actividades de responsabilidad social de forma interna. Se recolectó información por cuestionario, acogiéndose al modelo de empresa de familias responsables (EFR). Realizó un estudio cualitativo porcentualmente y cuantitativo de ponderación

En esta investigación es muy importante el punto de la gestión indispensable, porque varios pretenden cooperar, ya que hoy en día se presentan diversas actividades comerciales y competencias en el Perú.

Ramos y Díaz (2017), desarrollaron la Propuesta de un modelo organizacional de RSE de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Con enfoque descriptivo, cuya muestra consistió en autoridades e integrantes de la universidad. Se aplicó un cuestionario de diagnóstico, con la participación voluntaria de las personas y patrocinadores. La presente propuesta surge de la necesidad que tiene la Usat de realizar proyectos sociales. Es así que, se procura el bienestar común, estableciendo alianzas con el entorno, y promoviendo la participación de todos los miembros de la comunidad universitaria.

Rodríguez y Sales (2017) se interesaron por analizar la comunicación del programa de responsabilidad social corporativa: voluntarios telefónica, para comprender la comunicación dentro de la gestión de tuvo como objetivo conocer cómo se lleva a cabo la gestión de la comunicación desempeñada programa de responsabilidad social. En este estudio, se empleó la observación directa, analizando los documentos existentes, entrevistas a los responsables de la RSC en Telefónica y ejecución de focus group. La muestra es de 20 personas entre las edades de 40 y 50 años de edad. Resultando un trabajo ordenado, a fin de saber como se desenvuelve la empresa y si el mensaje que emiten se recepción de forma correcta

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Teoría de Responsabilidad social empresarial

1.3.1.1. Definición

La responsabilidad se establece en un factor de innovación, transformación, cambio y evolución; para el desarrollo de la empresa, y esto se ve reflejado al momento de conectar relaciones con la otra parte (que vienen a ser los participantes de la sociedad civil). Por otro lado, es la sociedad civil, los consumidores; quienes deben participar y mostrar interés para decirle a la empresa, qué es lo que necesitan o qué es lo que quieren. (Baltazar, 2001).

La responsabilidad social de la empresa, según Baltazar (2001), “es parte de una estrategia global de transformación de la Sociedad con nuevos criterios y patrones. La confianza a la cual se han hecho referencia en este panel, no se va a lograr, (...) a través de disposiciones legales, jurídicas o de la normatividad que pueda emanar desde el poder ejecutivo o desde el congreso” (p.22). En lo que respecta a los criterios y patrones que hace referencia el autor, es específicamente al trato directo con los consumidores o sociedad civil, para generar en ellos confianza, y ello se va a derivar de acuerdo al empeño que la empresa ponga para generar en la sociedad un cambio psicológico en cuanto a la responsabilidad de la empresa que tiene con la sociedad y la buena imagen corporativa que esta va a obtener.

La responsabilidad social corporativa, según Noguera (2017).

Según Ángel (1993) existen tres elementos que permiten responder o delimitar la RSE, los cuales son:

- a) se tiene que incorporar objetivos que tengan naturaleza social.
- b) Se requiere que la empresa asuma voluntariamente una actitud sea útil en conexión con la sociedad. Y no limitar solo a obligaciones de ley.
- c) Resulta necesario tener en cuenta la ética con las que se ejerce las actividades empresariales, justificando los valores que sustenta y los efectos que puede

ocasionar las actuaciones.

1.3.1.2. Beneficios de ser socialmente responsable

La responsabilidad social, es un beneficio para la empresa (Pymes) y grandes empresas, al respecto, Rodríguez (2008), realiza un estudio, basado en encuestas, en el cual, se muestran los beneficios de la responsabilidad social empresarial, que son:

1.3.1.2.1. A nivel interno

Mayor satisfacción de los trabajadores

Ahorro en el uso de insumos

Mejora de la comunicación interna

Genera ventajas del medio ambiente

Disminución de riesgos operativos

1.3.1.2.2 A nivel externo

- Fidelizar a los clientes actuales
- Confianza y transparencia
- Imagen corporativa positiva
- Oportunidades para nuevos negocios

1.3.1.3. Principales características de la responsabilidad social

Noguera (2017); hace referencia a las categorizaciones de responsabilidad social para expresar su existencia, las cuales son; responsabilidad social, convencional y plena.

Responsabilidad social

- Donaciones
- Contribuciones
- Campañas publicitarias
- Acciones estancas
- Filantropía

- Marketing social

Responsabilidad social convencional

- Acciones que podrían ser implicadas
- Estrategias planeadas y sostenida con el tiempo
- Acciones planificadas sistemáticas e integradas
- Triple dimensión económica

Responsabilidad social Plena

- Innovación social
- Innovación disruptiva
- Modelo de negocio integral
- Simbiosis entre el objetivo de la organización y fines ambientales y sociales, que trascienden al centro de interés económico como único incentivo.
- Negocios sociales (empresas con fines de lucro con sentido social y empresas sociales sin fines de lucro) emprendedor espiritual.

1.3.1.4. Principales teorías de la responsabilidad social corporativa

Cueto (2015), hace referencia a teoría sobre la responsabilidad social, “propone un cuadro recapitulador de orientaciones y algunos principios que han contribuido al estudio” (p.33), esto hace referente algunos beneficios para entender la responsabilidad social, son:

a) Enfoque instrumental: la única responsabilidad corporativa es la maximización de los beneficios económicos, dentro del marco legal y las costumbres éticas.

b) Enfoque integrador: La RSE se preocupa por expandirse a buscar valor para grupos de interés o llamados stakeholders.

c) Enfoque ético: se requiere buscar actividades que tengan fin lucrativo, social, respetuoso de ley, ético y solidario.

d) Enfoque político: se necesita contribuir al desarrollo, bienestar social, riqueza, igualdad, así como protección a los colaboradores.

1.3.1.5. Estándares Generales

Estos estándares son creados para orientar el comportamiento de las empresas ya que son una extensa clase de códigos, guías, principios y modelos de desempeño.

ISO 26000

En 2002, se reunieron en Trinidad y Tobago el Comité de Consumidores de la Standards Organización (ISO), cuyo tema fue constituye una ISO de RSE. Asimismo, varios sectores se vería favorecidos con un sistema de gestión, de acuerdo a las normas ISO 9000 (calidad de la gestión) e ISO 14000 (gestión ambiental), además del instrumento alternativo de la ISO para la RSE, que incluye a consumidores, empleados, empresarios y trabajadores de la misma manera comunidades locales. Así es como se ha empezado un largo proceso hacia la creación de una ISO acerca de RSE. (Canessa & García, 2005, p. 74)

SA 8000

Esta norma tiene como misión perfeccionar las condiciones de trabajo que brindan las empresas en todo el mund. Creada en baa principios de la OIT, la Convención de los Derechos del niño de las Naciones Unidas y la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Con esta norma se promueve buenas condiciones laborales. La CEPAA80 es una organización internacional encargada de acreditar que una empresa cumpla con los requerimientos de esta norma. (Canessa & García, 2005, p. 76).

1.3.1.6. Beneficios de la responsabilidad social empresarial

Canessa & García (2005), menciona “tres grandes ventajas en las cuales se agrupan los beneficios de las prácticas socialmente responsables” (p.34), estas son:

- a) **Mejora en el desempeño financiero:** en investigaciones se ha señalado que si la empresa realiza acciones de correcta, incrementa su estado financiero.
- b) **Reducción de costos operativos:** el buen ambiente laboral, reduce costo.
- c) **Mejora de imagen y reputación:** el consumidor preferirá empresas con buena reputación e imagen.

1.3.1.7. Programas de responsabilidad social empresarial

“Existe una gama de desarrollos y programas empresariales que se cobijan bajo el nombre de responsabilidad social empresarial” (André, 2007, 173), pues, es de gran importancia saber los tipos de programas de responsabilidad social, y dentro de estas iniciativas podemos diferenciar dos grandes grupos, que son:

1. El primer grupo, referente a aquellas empresas que realizan programas con un objetivo principal; que es, la acción filantrópica (una ayuda desinteresada), por ejemplo, las donaciones realizadas a Teletón, las empresas se benefician no de manera lucrativa, si no en el sentido que, sus marcas serán expuestas de manera pública en los diferentes medios de televisión, y esto implica mayor publicidad.
2. El segundo programa, están la empresa denominada RSE, del cual se derivan dos categorías distintas:

Programas de responsabilidad social: la finalidad es más social, sobrepasando fines de interés económico.

Programas con responsabilidad social: tiene fines más económicos que sociales.

1.3.1.8. Elementos para analizar un programa con Responsabilidad Social Empresarial

Es importante referirnos a los elementos que conforman la responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta que, el sentido de programas para profesionales del área social se relaciona con los grados de mejoramiento de la calidad de vida de todas las personas involucradas en este tipo de iniciativas, entendiendo por mejoramiento de la calidad de vida, el aumento en la capacidades y funcionalidades de las personas” (André, 2015, p.174).

1.3.1.9. Calificación de la responsabilidad social empresarial

Dopaso (2012), señala la definición de Responsabilidad Social y la califica en una triple dimensión:

Si bien, a priori, no resulta fácil consensuar una noción única de la terminología RSC/RSE, sí podemos admitir como interpretación más generalizada, en la actualidad, aquella comprensiva de su clasificación "triple dimensión" (económica, social y ambiental), siendo definida la RSC como "la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores". Al respecto, recientemente la Comisión Europea multinacionales relevancia de la RSE, para procurar la sostenibilidad y competencia de las empresas pequeñas y grandes.

1.3.1.10. Ámbitos y de buenas prácticas en la responsabilidad social empresarial

Es este apartado, señalaremos los diferentes ámbitos de la responsabilidad social, como señala Barbachan (2016), “Las empresas aplican los principios de la RSE de diferentes maneras. Asimismo, realizan acciones que se pueden agrupar en los siguientes ámbitos” (p.57-58) de esta manera se puede hacer mención sobre:

- a) **Ámbito Económico – Corporativo:** La políticas de RSE es favorable favorable temas económicos y genera confianza, así como buena imagen y reputación de la empresa.
- b) **Ámbito Ambiental:** para sostenerse en el tiempo se tiene que preocupar por utilizar los recursos, realizar las actividades de forma que no impacte en el medio ambiente.
- c) **Ámbito Social:** los lineamientos en favor de la sociedad, ayudan a fomentar vínculos buenos con las sociedades,generando confianza.
- d) **Ámbito laboral:** se debe otorgar buenas condiciones laborales, de eso también depende el éxito de la empresa.
- e) **Diálogo con Grupos de Interés:** se tiene que tener vinculación con grupos de interés o stakeholders, garantizando comportamiento ético

1.3.1.11. Aspectos que caracterizan a una empresa socialmente responsable

Tejada (2009) “se definen algunas características que evidencia una gestión socialmente responsable” (p.10)

Éstos son:

- **Transparencia:** Son dediciones claras y precisas de la empresa para la sociedad en común.
- **Establecimiento de compromisos públicos:** Es compromiso dentro de la empresa con sus colaboradores.
- **Interacción con instituciones que representan interés variado:** Es la creación de ámbitos de contacto y una buena comunicación con los colaboradores.

- **Capacidad de atraer y mantener talentos:** La empresa responda a los intereses de los ciudadanos.
- **Alto grado de motivación y adherencia de los colaboradores:** Todos los colaboradores y miembros de la empresa, muestren coherencia en el cumplimiento de sus compromisos.
- **Capacidad de lidiar con situaciones de conflicto:** Desarrollan procesos que prevengan situaciones de riesgo.
- **Compromiso de la dirección de la empresa:** establecer confiabilidad, y compromiso de la dirección de la empresa respecto a la responsabilidad social.

1.3.1.12. El uso de indicadores y estándares de la Responsabilidad Social

Para el desarrollo de una buena gestión empresarial, es necesario la implementación de programas, proyectos, ideales; que lleven al progreso de la empresa y generar el bienestar de sus trabajadores y consumidores, y en caso de las municipalidades (tema que será de investigación a lo largo de este proyecto) generen confianza en la sociedad, una política cuyo fin es el mejoramiento continuo. como señala Pereda (2011), “los modernos sistemas de gestión (calidad de gestión ambiental, de salud y seguridad) postulan como actividades principales para la instauración del modelo, tal como se exhibe en el gráfico” (p280).

1.3.1.13. Dimensiones de la Responsabilidad Social

Schwab, Malca (2007) Los indicadores de la responsabilidad social empresarial son trabajados por diversas instituciones alrededor del mundo, por el Instituto Ethos de empresa y responsabilidad social (Brasil) como el pionero en el desarrollo de área e indicadores de RSE, sobre la base de los conocidos indicadores Ethos - una serie de indicadores de fácil aplicación.

1. **Valores y Transparencia:** La empresa para que sea productiva debe enfocarse en seguir lineamientos y poseer principios Éticos y valores.

2.

Indicadores:

- Principios Éticos (código ético)
- Cultura Organizacional
- Transparencia con la sociedad
- Propiedad intelectual – legalidad
- Bien gobierno corporativo

3. **Publico Internos (calidad de vida laboral):** la empresa que se preocupa por el sector interno, incrementa satisfacción en los trabajadores, porque promueve un buen clima laboral, generando que los empleados respondan productivamente.

Indicadores

- Políticas Salud, Seguridad
- Comunicación pública y transparencia
- Políticas sobre igualdad y diversidad
- Programas de formación
- Programas de gestión participativo

4. **Medio Ambiente :**

Indicadores:

- Comunicación pública y transparencia
- Políticas medioambientales
- Gestión de impacto ambiental
- Minimización de residuos

5. **Comunidad:** la empresas que ejecuta políticas de Comunicación con grupos de interés, programas de inversión a favor de la comunidad, tiene ventaja y genera una buena reputación frente a la población, reduciendo las resistencias frente a la organización.

Indicadores

- Comunicación pública y transparencia
- Voluntariado y participación
- Políticas sobre prácticas filantrópicas

6. **Estado y Sociedad:** si la empresa participa en el desarrollo de la comunidad, de todos modos le hace frente a la corrupción, y perfeccionar las políticas públicas, pues busca el bien social.

Indicadores

- Comunicación pública y transparencia
- Políticas sobre soborno y corrupción
- Participación en proyectos sociales gubernamentales

1.3.2. Conceptos de la imagen corporativa

El concepto de imagen corporativa se puede decir: una representación visual que encarna la apariencia visual de un objetivo real o imaginado. Muchas expresiones están asociadas con la imagen, ya que puede definirse y referirse a: imagen gráfica, imagen visual, imagen material, imagen mental y mucho más en el mundo empresarial, el término 'imagen' se utiliza para referirse a ciertos conceptos como: imagen de marca, imagen corporativa e imagen global (Cáceres, 2017),

Del mismo modo, Flores (2016) afirma que la imagen corporativa puede lograr los objetivos de cualquier organización, ya sea pública o privada, y encontrará muchos gerentes que dicen que nuestra imagen se crea para nuestra empr. Chavarri (2017) menciona:

Independientemente de quién la haya concebido, la imagen crea un juicio de valor para que su opinión se convierta en su realidad. Dicha realidad no siempre es real ni se corresponde con la realidad de la fuente de emisión, por lo que nos encontraremos ante una realidad "ficticia" estrictamente individual.

1.3.2.1 La importancia de la imagen corporativa

Flores (2016), Actualmente, uno de los principales problemas que enfrentamos es que las personas no tienen suficiente memoria o retención para recordar todos los productos o servicios que ofrece una organización. Por tanto, la imagen corporativa juega un papel crucial a la hora de crear valor para la empresa y establecerla como un activo intangible (a) Tomará su lugar en público, (b) ayudará a diferenciarla de las organizaciones competidoras y crear valor para la sociedad. c) La influencia de los factores situacionales se debilitará

Capriotti (2009) menciona que la gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación con el público, tiene como objetivo principal lograr la identificación, diferenciación y elección organizacional. Debido a la situación existente en el entorno competitivo general, uno de los principales problemas a los que se enfrentan las organizaciones es la dificultad para que el público identifique y distinga los productos, servicios y organizaciones existentes en el mercado o sector de actividad. Por lo tanto, se dice que la imagen de la empresa es muy importante, ya que la distingue de otras empresas y se afirma como un activo intangible estratégico de la empresa. Delegido (2010), refiriéndose a la imagen corporativa, afirma:

Se convierte en un integrador de actividades estratégicas de corto, mediano y largo plazo y actividades con impacto duradero. Los esfuerzos definidos en el manual de identidad visual de la empresa son la esencia de la organización, lo que significa coordinación e integración con otras organizaciones para actividades que intervienen directamente en la imagen corporativa de forma tangible.

1.3.2.2 Aspectos fundamentales de la imagen corporativa

Según Flores (2016), la imagen corporativa creará valor para la empresa al brindarle otros beneficios adicionales que también son muy importantes.

a) Te puede hacer vender mejor: Esto se debe a que la gente está dispuesta a pagar por la marca porque la imagen de la empresa será garantía de calidad.

b) Atraer nuevos inversores: Una buena imagen tiene más posibilidades de atraer el interés de los inversores para invertir en la empresa.

- c) Atraer mejores empleados: Una empresa con buena imagen logrará que quienes ocupan el puesto se sientan seguros para trabajar.

1.3.2.3. Las etapas del plan estratégico de imagen corporativa

Cáceres (2017) considera que “a imagen de la empresa debe ser una acción debidamente coordinada y planificada para que sea influyente y lograr que la imagen corresponda a la personalidad e intereses de la organización. Es importante gestionar adecuadamente la imagen de la empresa capital que debemos realizar a través de una metodología y una actividad constante que llamamos plan estratégico de identidad corporativa. La planificación estratégica de la identidad corporativa consta de tres fases principales:

- a) Análisis de perfil corporativo: Con el análisis de imagen corporativa podemos estudiar y definir la personalidad de la organización (análisis interno), así como analizar la imagen competitiva y pública de la organización, así como la imagen de cada organización.
- b) Definición de perfil corporativo: etapa en la que las decisiones estratégicas deben ir encaminadas a definir los rasgos básicos de identificación de la organización que nos permitan identificar, distinguir, referirnos y preferir.
- c) Comunicación del perfil de empresa: con su ayuda, determinaremos las posibilidades de comunicación de la organización y comunicaremos el perfil identificativo a diferentes grupos objetivo de la empresa.

1.3.2.4. Estructura de la imagen corporativa

La estructura de la imagen de una empresa se puede dividir en dos tipos: la estructura mental y la estructura formada por los públicos (Flores, 2016).

- La estructura mental de una organización es un conjunto de características y atributos que se le asignan a una empresa como resultado del proceso de adquisición de conocimientos que realizan los individuos de la organización.
- la estructura se forma los públicos: Al formar la estructura de la sociedad, al formar el objeto de imagen que forma la sociedad de la empresa, al ocupar un puesto determinado y desarrollar un rol determinado en la relación con la organización, tendrán motivos propios para diferenciarse de los demás.

1.3.2.5. Estudio del perfil de los públicos

“Además de la infraestructura de cada público, es importante conocer las características particulares que identifican a cada uno de los públicos de la organización (...) que permita definir su perfil de público y comprender mejor cada uno de ellos, para poder establecer una planificación adecuada del perfil de identidad corporativa” (Capriotti, 2009, p.182-183).

a) Situación de partida en relación con la organización.

Datos sociodemográficos del público: verificar si es posible identificar información relacionada con la edad, género, etc., que pueda ser compartida por la comunidad, que nos permita realizar estimaciones y cálculos.

Estilos de vida: informarse sobre los rasgos y características del estilo de vida de las personas que están tratando de captar.

Creencias y actitudes: análisis de información que nos acerque a la actitud personal que está sociedad tiene hacia el sector de la categoría de actividad de la organización.

Intereses buscados: reconocimiento de los beneficios o ventajas que la sociedad quiere obtener de una relación con la organización o sus productos o servicios.

b) Hábitos de información

Experiencias anteriores: comprender la importancia de la experiencia pasada con la organización o sus productos o servicios.

Relaciones personales: la información que se difunde de boca en boca/oídos es un factor de la imagen de una organización.

Acceso a las actividades medias de soportes de comunicación: comprender que instalaciones deben estar disponibles para los diferentes grupos objetivos para

utilizar las diversas actividades de comunicación que se pueden implementar.

1.3.2.6. Condiciones para poder hacer una imagen

“Lógicamente, si la construcción de la imagen pública es un proceso complicado, solamente podrá ser llevado a cabo por especialistas que cumplan ciertas condiciones” (Capriotti, 2009, p.35-37). Al respecto, se establece a continuación el contenido para la construcción de la imagen pública:

a) Conocimientos: crear una imagen se necesita de conocimientos para que se proyecte una imagen positiva.

b) Creatividad: es la facultad de crear algo atractivo.

c) Sensibilidad: se necesita de sensibilidad para crear una imagen, pues no basta el conocimiento y creatividad.

d) Respeto de la esencia del cliente: si bien la imagen pública hace uso de conocimiento de mercadotecnia tradicional, también se analizaría los productos vivos que involucra personas, instituciones, para comprender lo que piensan o desean.

e) Construyendo la imagen: para crear una imagen se necesita de creatividad, sensibilidad y conocimientos.

1.3.2.7. Elementos representativos para posicionar una imagen corporativa

Márquez y García (2017) se toma en cuenta distintos parámetros que desarrollan la imagen corporativa, genera mayor rentabilidad, productividad, fidelización, entre otras características de posicionamiento.

a) El isotipo y sus elementos significativos: componente gráfico fundamental del sistema de identificación. Mediante éste se reconoce la marca fácilmente, sin requerir del texto.

b) El logotipo y su representación cognoscitiva: . Considerada la firma de una empresa, se puede imprimir y llama la atención de las personas, pues el logotipo permite ser más atractivo y ser identificado por las personas rápidamente.

c) La tipografía, distinción corporativa: Hace referencia a las letras que conforman el nombre de la empresa, crear personalidad.

c) Los colores corporativos: los colores de la empresa, son aquellos con los que las personas identificarán a la institución ante la imagen corporativa.

d) El slogan: se representa por una rima, onomatopeya, etc. Éste debe ser original y generar identidad de la empresa.

1.3.2.8. El entorno general

Según Capriotti (2013), menciona que “puede ser definido como las fuerzas que pueden tener persuasión sobre la organización, pero su importancia y la magnitud de tal influencia no es totalmente clara” (p. 88).

- **El entorno sociocultural**, las variaciones en las costumbres, cultura, creencias afectaría la imagen institucional.
- **El entorno tecnológico**, respecto al avance de la tecnología que mejora la calidad de vida y a su vez su implementaron ayuda a dar una buena imagen institucional.
- **El entorno político-legal:** hace referencia a las fuerzas e instituciones que poseen los poderes públicos, teniendo el poder de derogar leyes y reglamentos (como en el caso de la Comunidad Europea) . Toda información impacta en la percepción de la imagen institucional.
- **El Entorno Medioambiental:** se relaciona con el buen uso de los recursos, promoviendo una cultura de respeto por el medio ambiente. Asimismo, se

consideran los sucesos o fenómenos naturales, porque pueden influir en el entorno tiene que ver con el contexto, las características y el resguardo del entorno.

1.4. Formulación del problema

¿A través de un plan de responsabilidad social se logra la buena de la Municipalidad de Pomalca?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Justificación teórica: la investigación se justificará teóricamente ya que se recurrió a teorías, definiciones y conceptos relacionados a la Responsabilidad Social imagen Corporativa, que luego serán contratados con los resultados obtenidos en la investigación. (Carrasco, 2008 p. 119).

Justificación metodológica: se justificará metodológicamente ya que utilizará un instrumento (cuestionario) confiable y válido para obtener datos que permiten estudiar las variables de la Responsabilidad Social imagen Corporativa de la Municipalidad Distrital de Pomalca (Carrasco, 2008 p. 119).

Justificación social: se justificará socialmente ya que con una adecuada estrategia de Responsabilidad Social permitirá que la población esté más informada de los programas o talleres que realiza la Municipalidad puedan participar en ella, y así pueda generar en ellos en tener una Buena imagen la Municipalidad Distrital de Pomalca.

1.6. Hipótesis

H1: El plan de responsabilidad social, lograra la imagen de la Municipalidad Distrital Pomalca.

1.7 Objetivos

1.7.1. Objetivo General.

Proponer un plan responsabilidad social para la imagen de la Municipalidad de Pomalca.

1.7.2. Objetivos Específicos.

1. Diagnosticar la Responsabilidad Social de la población del Distrital de Pomalca.
2. Medir la imagen corporativa que tiene la Municipalidad Distrital de Pomalca.
3. Diseñar una propuesta de responsabilidad social que se llevará a cabo durante la gestión

CAPITULO II: MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de la Investigación

2.1.1. Tipo de la Investigación.

El tipo de investigación es descriptivo, al describir el problema conforme se observa en la empresa por un período de tiempo, definiendo y midiendo las variables. En esa línea, Ariñas (2012) señala que se describen hechos, el fenómeno, ubicándose en un nivel intermedio respecto a la profundidad de la investigación.

2.1.2. Diseño de Investigación.

El diseño es dado dentro de un contexto no experimental cuantitativo, por lo mismo que las variables en análisis no han de ser manipuladas, observándose su contexto natural

Según, Palella y Martínez (2010) mediante el diseño no experimental es el que se ejecuta y no se manipula de manera deliberada las variables. Por lo que, no se cambia con intención las variables independientes. Se contemplan los hechos conforme a su contexto real, en un tiempo establecido o no, para después ser analizados.

El diseño puede ser diagramado o esquematizado en la siguiente forma:

En donde:



M = Representa la muestra de estudio.

O = Analiza la Percepción del mercado

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población.

La población es el conjunto de fenómenos a estudiar, por lo tanto, Tamayo (2012) sostiene que “que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación” (p. 180).

Población: Se tomarán en cuenta a la Toda la población del Distrito de Pomalca que conformado 25 267de personas.

2.2.2. Muestra.

Para Balestrini (2006), señala que: “una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. (p.141)”.

Muestra: Esta investigación se trabajará con un muestreo probabilístico, con la población se contará 163 personas

n: muestra

N: Población

Z: nivel de confiabilidad 95% = 1.96

P: proporción esperada

Q: complemento de P

E: tolerancia de error

Prueba Piloto

n: 20

Si: 16 = 70 %

No: 4 = 30 %

$$n = \frac{Z^2 x N x P x Q}{[E^2(N - 1)] + Z^2 (P)(Q)}$$

Reemplazando:

Población 1:

$$n = \frac{1,96^2 \times 25267 \times 0.7 \times 0.3}{[0.07^2(25267 - 1)] + 1,96^2 (0.7)(0.3)}$$

$$n = 163$$

2.3. Variables y Operacionalización

2.3.1. Variable independiente.

Responsabilidad Social Empresarial

Según Salazar (2010) afirma que “Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía que ha obligado a las empresas a integrar en su visión el compromiso hacia la sociedad, a través de una nueva forma de hacer negocios donde no sólo importa cuánto gano, sino también cómo lo gano (p.32)”.

2.3.2. Variable dependiente.

Imagen Corporativa

Según Costa (1994) define que “es un tipo de imagen mental ligada a una corporación y a lo que ella representa, especialmente por conducto de su identidad visual expresada por signos gráficos, pero también de su comportamiento y sus actuaciones”

2.3.3. Operacionalización de variables

Tabla 1 Variable independiente

Operacionalización de la variable independiente Propuesta de valor en base al Método Canvas

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítem	Técnicas Instrumento	Escalas
Responsabilidad social	Valores y Transparencia	Cultura organizacional	Ud. ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?	Encuesta / Cuestionario	TA
			La Municipalidad, ¿publica sus actividades y talleres que realizan en la página web?		A
	Publico Interno	Comunicación Publicidad	¿Conoce usted que la M.de Pomalca tiene un sitio web para transmitir sus publicaciones de actividades que desarrolla?		I
		Gestión Participativa	¿Cree usted que la publicidad sobre las actividades desarrolladas en M. de Pomalca es acorde a la realidad? ¿Participa Ud. En algún proyecto social realizado por la Municipalidad Distrital de Pomalca? ¿Cree Ud. ¿Que la Municipalidad Distrital de Pomalca actualmente da capacitaciones o charlas en los colegios sobre el medio ambiente?		D
Medio Ambiente	El medio Ambiente como compromiso social	¿Considera usted que al quemar las cañas se contamina el medio ambiente?	TD		

	Comunidad	Política de apoyo comunidad	¿La Municipalidad de Pomalca brinda programas de apoyo social para la comunidad Pomalqueña?
	Estado y Sociedad	Relaciones con la organizaciones locales	¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca lucha contra el soborno y la corrupción?

Tabla 2 variable dependiente

Operacionalización de la variable dependiente Fidelización

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítem	Técnicas e Instrumento	Escalas	
Imagen Corporativa	Sociocultural	Valores y normas	¿Considera Ud. que la imagen que tiene de la Municipalidad Distrital de Pomalca es buena?	Encuesta / Cuestionario	TA A I D TD	
			¿La Municipalidad de Pomalca trabaja en conjunto con la comunidad Pomalqueña brindando honestidad en su gestión?			
	Tecnológico	Avances tecnológicos	¿Cree Ud. que la empresa presenta con tecnología adecuada para sus procesos administrativos y operativos?			
			¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca realiza procesos o actividades novedosas?			
	Entorno político	Alta gerencia	Socialización			¿Tiene conocimiento acerca de campañas de donación que realiza la Municipalidad Distrital de Pomalca para la población? ¿Sabe si cuenta la Municipalidad Distrital de Pomalca con un plan de RS (mejorar la imagen municipal)?
			Protección			¿Cree Ud. ¿Qué los funcionarios de la municipalidad son competentes y amigables al momento de brindar su servicio? ¿Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?
	Contribuir a un medio ambiente sano		¿Tiene conocimiento acerca de campañas que realiza la Municipalidad para reducir la contaminación? ¿Cree Ud. ¿Qué Municipalidad Distrital de Pomalca se comprometen en equipo para lograr las metas propuestas?			

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica.

Se ejecutará una encuesta, para recolectar datos que sirven en nuestra investigación, cuya población será pobladores del distrito en mención.

2.4.2. Validez y confiabilidad.

(Sierra, 1994) define al cuestionario como “un instrumento consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado problema de investigación del que deseamos conocer algo”. Mediante este cuestionario, se permite recabar datos, el cual es posible la aplicación de forma verbal, pues serán los colaboradores del municipio que llenaran la encuesta, sobre la imagen corporativa que presenta la institución pública referida y como medida utilizaremos la escala de Likert.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
8,16	8,16	20

Fuente Elaboración Propia

2.5 Procedimiento de análisis de datos

2.5.1. Método de investigación

Esta investigación consiste en realizar un “Plan de Responsabilidad Social para mejorar la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Pomalca” y con el objetivo de lograr resultados fiables, es por ello que se aplicará los siguientes métodos:

2.5.1.1. Método observación

Según Dalen y Meyer (1981) sostiene que “consideran que la observación juega un papel muy importante en toda investigación porque le proporciona uno de sus elementos fundamentales; los hechos” (p. 25)..

2.5.1.2. Método encuesta

Según Trespalacios, Vázquez y Bello (2011) establecen que “las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a prioridad las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo” (p. 96).

2.6. Criterios éticos

Wiersmar y Jurs (2008) identifican aspectos éticos relacionados con los derechos que se deben seguir ante una investigación moralmente correcta. A continuación, se presentan principios éticos (p.53)

Tabla3-Aspectos éticos

Criterios	Características éticas del criterio
Consentimiento o Aprobación de la Participación	Los participantes deben brindar consentimiento sobre su colaboración.
Confidencialidad	No se deberá revelar datos personales de los participantes.
Los resultados deben reportarse con honestidad:	Tenemos que ser sensibles a la cultura de la población. Todas las personas son importantes, independientemente de los géneros, niveles socio económicos y etc.

Fuente: Elaboración Propia

2.7 Criterios de Rigor Científico

Entre los criterios se ha considerado los siguientes:

El criterio de la credibilidad permite que la investigación sea considerada creíble, pues se obtiene datos mediante la realización de una encuesta aplicando a los pobladores que son del distrito de Pomalca. Asimismo, se observa en las recomendaciones de la presente investigación.

El criterio de la conformabilidad, se tiene la obligación ética de informar a los responsables de los sitios donde realizarán su trabajo de campo. Esto se explica en la observación y la interacción de los participantes de la investigación (Noreña y otros, 2012).

Finalmente, la relevancia evalúa el cumplimiento de los objetivos e indica si el resultado es una mejor comprensión del fenómeno o si hay un impacto positivo en el contexto.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Resultados en tablas y figuras

Tabla4

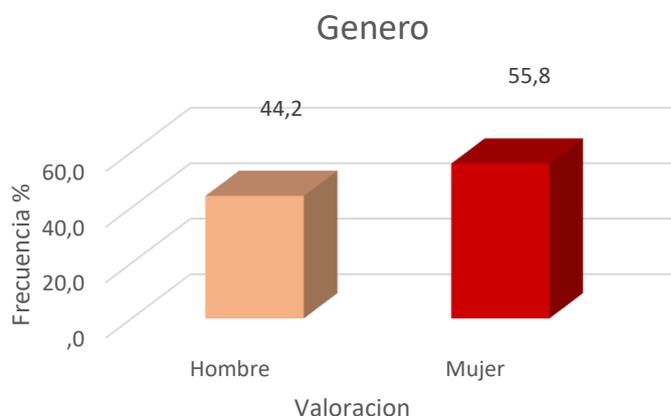
Genero de los encuestados

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	72	44,2
Femenino	91	55,8
Total	163	100.0

Nota: Elaboración propia

Figura 1

Sexo de la Población



Nota: En los resultados arroja que el 163 siendo el 55.8% las mujeres, seguido por los hombres con un total de 44,2 %. Esto muestra que las mujeres son la mayor parte de encuestado respecto a la Responsabilidad Social que tiene la Municipalidad Distrital de Pomalca para así mejorar su Imagen Corporativa.

Tabla 5

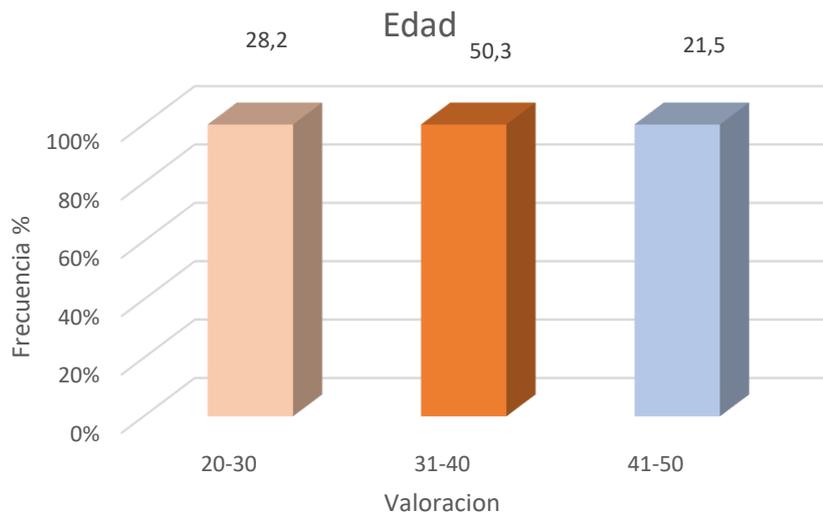
Edad de los encuestados

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
20-30	46	28,2
31-40	82	50,3
41-50	35	21,5
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 2

Edad



Nota: En los resultados se tiene que el 28,2 % tiene entre 20 a 30 años, el 50,3 % tiene entre 31a 40 años, el 21,5 % tiene entre 41 a 50 años .Esto muestra que las personas de la edad entre 31,40 años son los que más contestaron las encuestas sobre la Responsabilidad Social de la Municipalidad Distrital de Pomalca para así mejorar su imagen corporativa.

Tabla 6

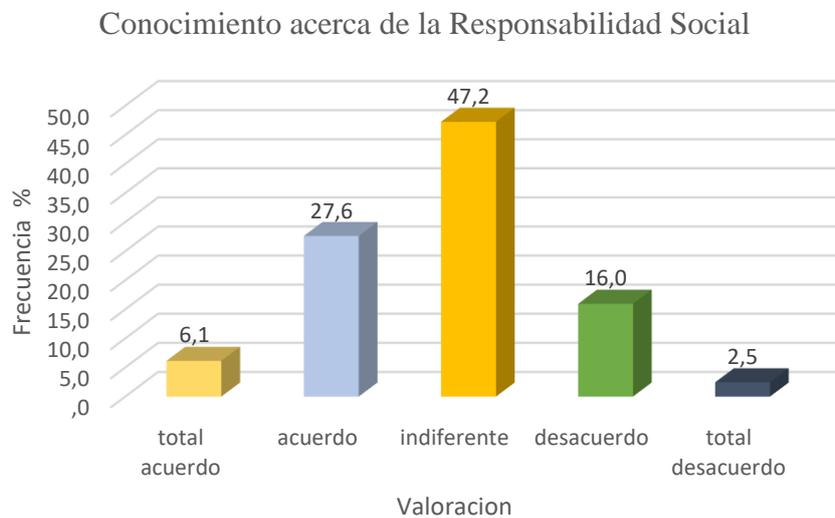
Conocimiento acerca de la Responsabilidad Social

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total acuerdo	10	6,1
Acuerdo	45	27,6
Indiferente	77	47,2
Desacuerdo	26	16,0
total desacuerdo	5	3,1
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 3

Conocimiento acerca de la Responsabilidad Social



Nota: Podemos observar que del total de los 163 encuestados, el 27,6 % está en acuerdo y el 6,1 en total acuerdo por otra parte el 47,2% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados desconocen sobre la Responsabilidad Social de la Municipalidad Distrital de Pomalca, el 16,0 % está en desacuerdo y el 2,5 en total desacuerdo que no conocimiento sobre ella.

Tabla 7

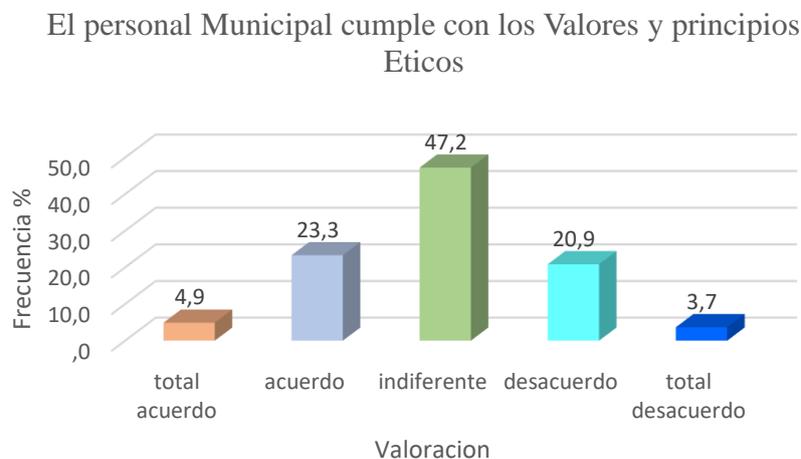
EL personal municipal cumple con los valores y principios Éticos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total, acuerdo	8	4,9
Acuerdo	38	23,3
Indiferente	77	47,2
Desacuerdo	34	20,9
total, desacuerdo	6	3,7
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 4

El personal municipal cumple con los valores y principios éticos



Nota: En los resultados se evidencia que el 23,3 % está en acuerdo y el 4,9 en total acuerdo por otra parte el 47,2% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados desconocen que el personal cumple con los valores y principios durante su gestión, el 20,9 % está en desacuerdo y el 3,7 en total desacuerdo

Tabla 8

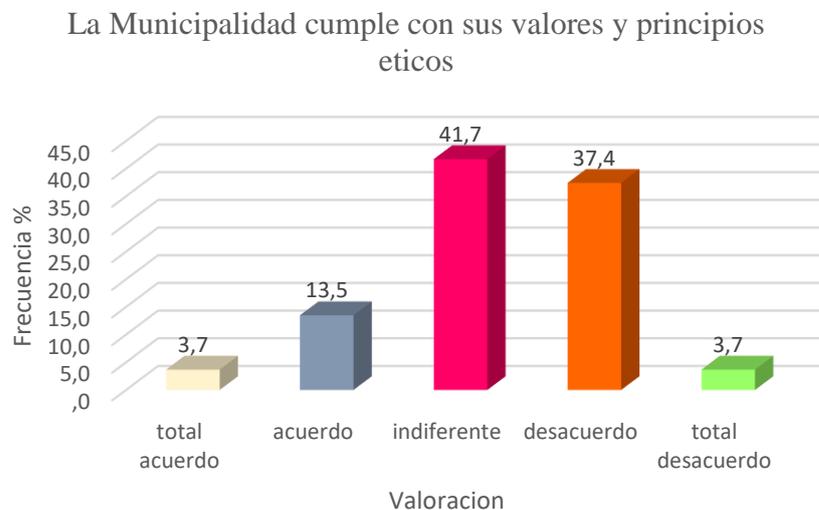
La Municipalidad cumple con los valores y principios éticos

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total acuerdo	6	3,7
Acuerdo	22	13,5
Indiferente	68	41,7
Desacuerdo	61	37,4
total desacuerdo	6	3,7
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 5

La Municipalidad cumple con los valores y principios éticos



Nota: En los resultados se observa que el 13,5 % está en acuerdo y el 3,7 en total acuerdo por otra parte el 41,7% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados desconocen que la Municipalidad Distrital de Pomalca cumple con los valores y principios durante su gestión, el 37,4 % está en desacuerdo y el 3,7 en total desacuerdo.

Tabla 9

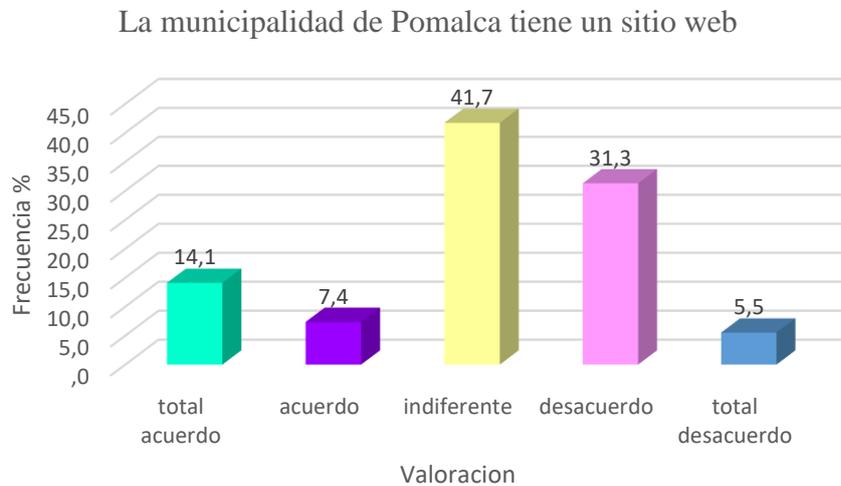
La Municipalidad de Pomalca tiene un sitio web

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total acuerdo	23	14,1
Acuerdo	12	7,4
Indiferente	68	41,7
desacuerdo	51	31,3
total desacuerdo	9	5,5
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 6

Sitio Web



Nota: De los resultados obtenidos el 14.1% está en total acuerdo y el 7.3% en acuerdo y consideran que conocen que la Municipalidad Distrital de Pomalca Tiene un sitio web, sin embargo el 41.7% es indiferente, 31.3% en desacuerdo y 5.5% en total desacuerdo, se tiene un porcentaje importante que considera que no tienen mucho conocimiento sobre una página web donde transmiten sus actividades.

Tabla 10

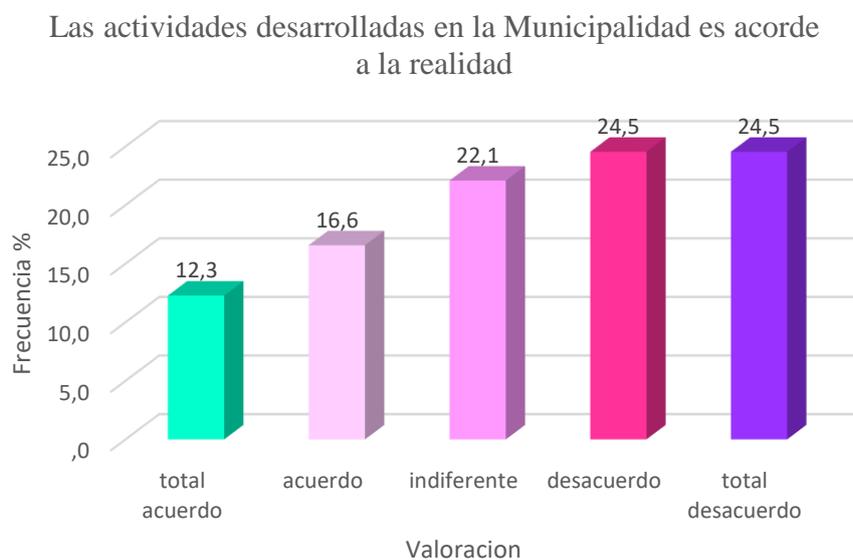
Las actividades desarrolladas en municipalidad es acorde a la realidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total acuerdo	20	12,3
Acuerdo	27	16,6
Indiferente	36	22,1
desacuerdo	40	24,5
total desacuerdo	40	24,5
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 7

Actividades acorde a la realidad



Nota: En los resultados se muestra que el 16,6 % está en acuerdo y el 12,3 en total acuerdo por otra parte el 24,5% se mostró en desacuerdo, el cual muestra que la mayor parte de encuestados desconocen que la Municipalidad Distrital de Pomalca cumple con sus actividades acorde a la realidad, el 22,1 % está indiferente y el 24,5 en total desacuerdo.

Tabla 11

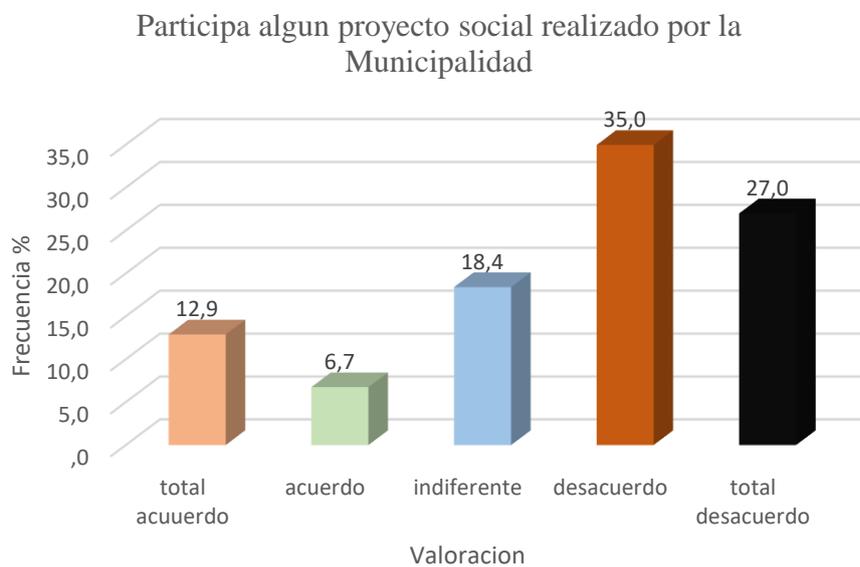
Participa algún proyecto social realizado por la Municipalidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	21	12,9
acuerdo		
Acuerdo	11	6,7
Indiferente	30	18,4
desacuerdo	57	35,0
total	44	27,0
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 8

Participación de Proyecto Social



Nota: Según la población encuestada manifiesta un 35,0 % estar desacuerdo, así como también un 27,0 % en total desacuerdo ya que la mayor parte de la población no participan en proyecto social realizado por la Municipalidad, a la vez un 18,4 % de la población se muestra indiferente, al desconocer sobre ello, y un 6,7 % en acuerdo 12,9 % en total acuerdo que participan en proyecto social.

Tabla 12

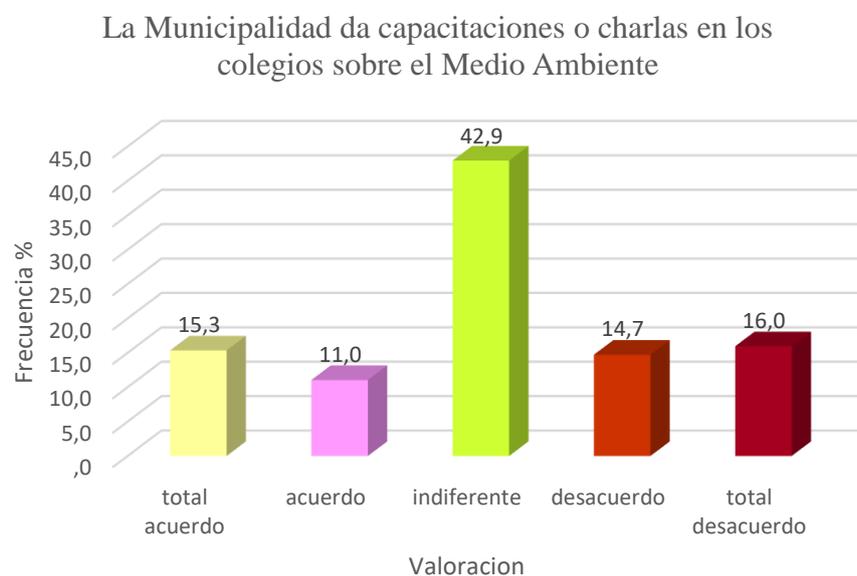
La Municipalidad da capacitaciones o charlas en los colegios sobre el medio ambiente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	25	15,3
acuerdo		
acuerdo	18	11,0
indiferente	70	42,9
Desacuerdo	24	14,7
total	26	16,0
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 9

Capacitaciones o charlas



Nota: En los resultados se indica que el 11,0 % está en acuerdo y el 15,3 en total acuerdo por otra parte el 42,9% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados se encuentra indiferente y desconocen si dan charlas o capacitaciones en los colegios sobre como contribuir el medio ambiente, el 14,7 % está desacuerdo y el 16,0 en total desacuerdo que no están enterados sobre estas charlas.

Tabla 13

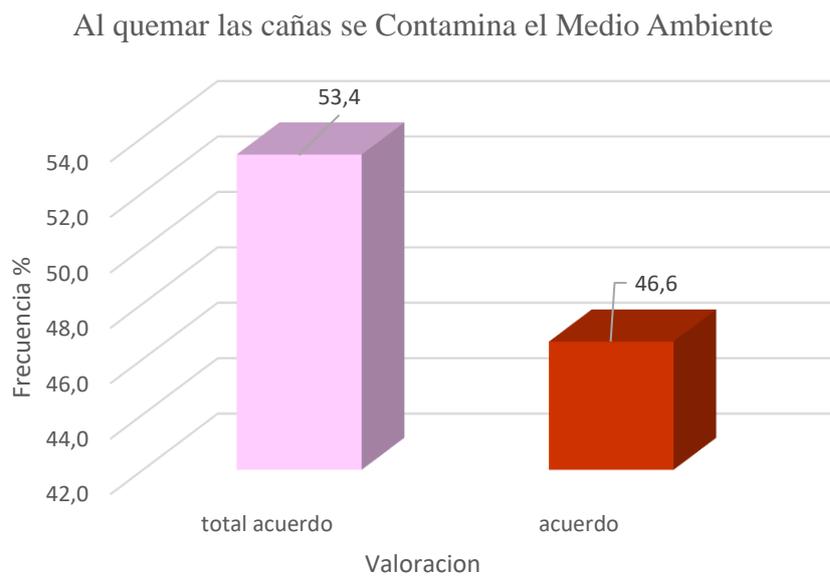
Al quemar las cañas se contamina el medio ambiente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	87	53,4
acuerdo		
acuerdo	76	46,6
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 10

Quema de Caña y Medio Ambiente



Nota: En los resultados se precisa que el 46,6 % está en acuerdo y el 53,4 en total acuerdo, el cual muestra que la mayor parte de encuestas está en total acuerdo que quemar las cañas contamina el Medio Ambiente.

Tabla 14

La Municipalidad brinda programas de apoyo social para la comunidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	22	13,5
acuerdo		
Acuerdo	19	11,7
indiferente	70	42,9
desacuerdo	38	23,3
total	14	8,6
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 11

Apoyo a programa Social



Nota: En los resultados podemos observar que del total de la población encuestada, el 11,7 % está en acuerdo y el 13,5 en total acuerdo por otra parte el 42,9% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados se encuestados no tienen conocimiento sobre los programas de apoyo social para comunidad Pomalqueña, el 23,3 % está desacuerdo y el 8,6 en total desacuerdo que no tienen información sobre ello.

Tabla 15

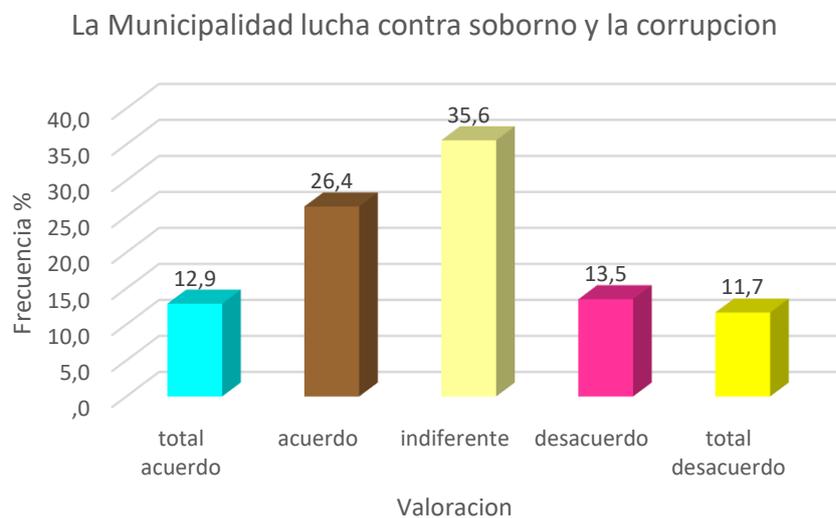
La Municipalidad lucha contra el soborno y la corrupción

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	21	12,9
acuerdo		
acuerdo	43	26,4
indiferente	58	35,6
Desacuerdo		
total	22	13,5
desacuerdo	19	11,7
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 12

Lucha contra Soborno y Corrupción



Nota: En los resultados se evidencia que el 26,4 % está en acuerdo y el 12,9 en total acuerdo por otra parte el 35,6,2% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados no tienen algún conocimiento que la Municipalidad lucha contra el soborno y la corrupción, el 13,5 % está en desacuerdo y el 11,7 en total desacuerdo .

Tabla 16

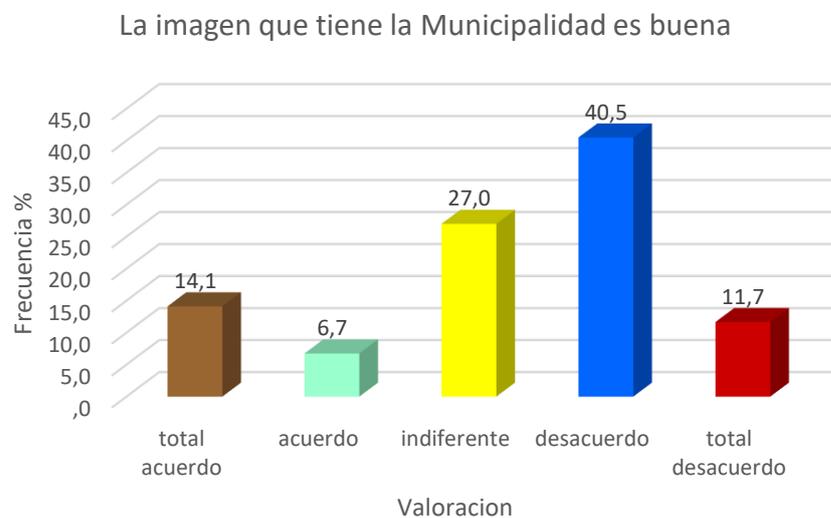
La imagen que tiene de la Municipalidad es buena

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	23	14,1
acuerdo		
Acuerdo	11	6,7
Indiferente	44	27,0
desacuerdo	66	40,5
total	19	11,7
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 13

Imagen de la Municipalidad



Nota: En los resultados podemos observar que del total de la población encuestada, el 6,7 % está en acuerdo y el 14,1% en total acuerdo por otra parte el 40,5% se encuentra en desacuerdo, el cual muestra que la mayor parte de encuestas considera que la Municipalidad Distrital de Pomalca no tiene una buena imagen, el 27,0 % está esta indiferente y el 11,7 en total desacuerdo.

Tabla 17

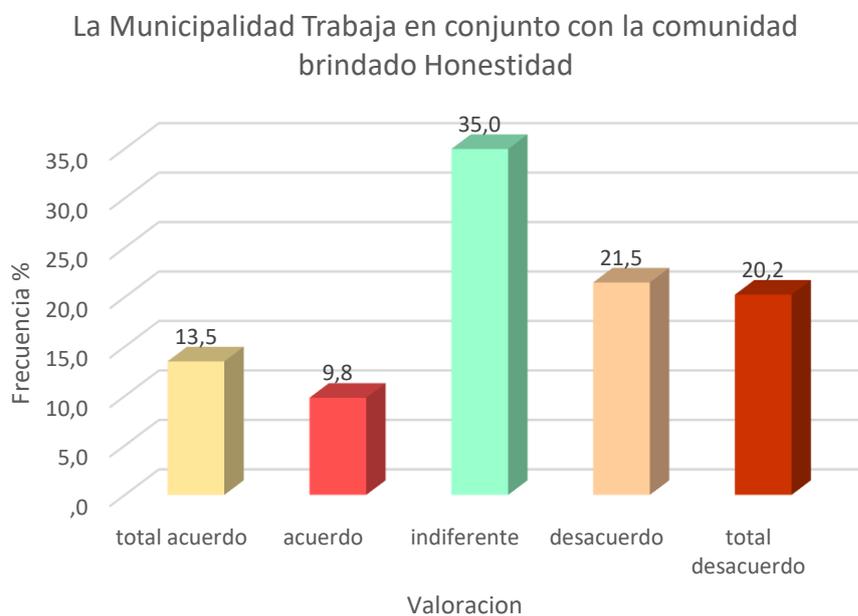
La Municipalidad trabaja en conjunto con la comunidad brindando honestidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	22	13,5
acuerdo		
Acuerdo	16	9,8
Indiferente	57	35,0
desacuerdo		
desacuerdo	35	21,5
total	33	20,2
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 14

Trabajo coordinado



Nota: En los resultados contemplar que el 9,8 % esta en acuerdo y el 13,5 en total acuerdo por otra parte el 35,0% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados Municipalidad desconocen sobre esta información de la Municipalidad, el 16,0 % está en desacuerdo y el 3,1 en total desacuerdo.

Tabla 18

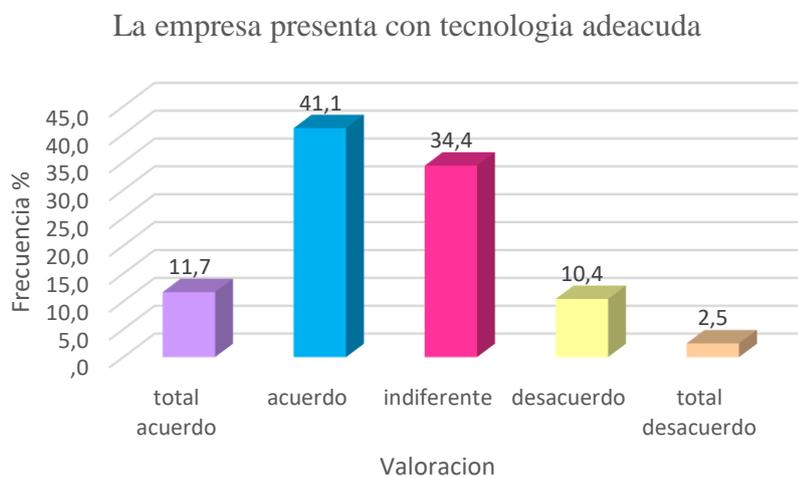
La Municipalidad tiene una con tecnología adecuada

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	19	11,7
acuerdo		
Acuerdo	67	41,1
Indiferente	56	34,4
desacuerdo	17	10,4
total	4	2,5
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 15

Tecnología



Nota: En los resultados podemos verificar que el 41,1 % está en acuerdo y el 11,7 % en total acuerdo y considera que la Municipalidad cuenta con la tecnología adecuada para sus procesos Administrativos y operativos, por otra parte el 34,4 % es indiferente, el 10,4 % está en desacuerdo y el 2,5 % en total desacuerdo

Tabla 19

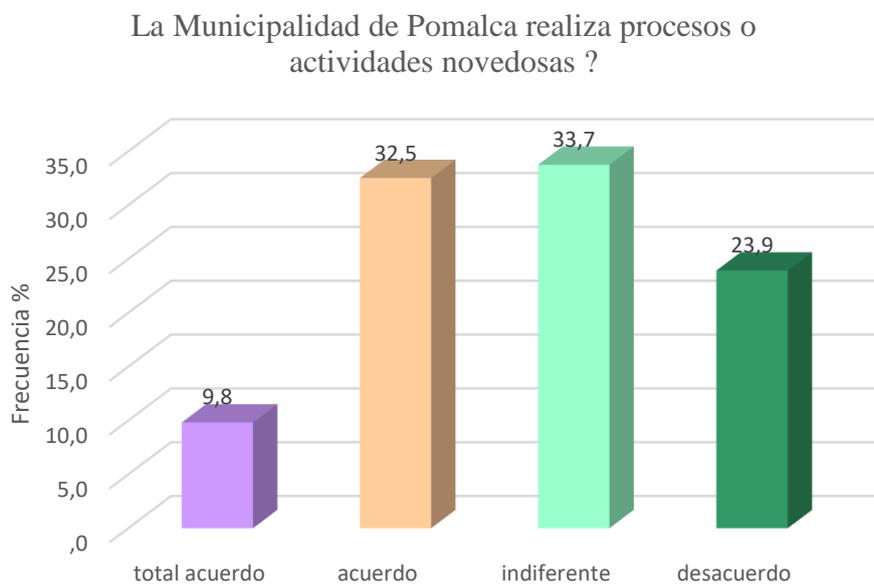
Municipalidad realiza procesos o actividades novedosas

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	16	9,8
acuerdo	53	32,5
indiferente	55	33,7
desacuerdo	39	23,9
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 16

Procesos o actividades novedosas



Nota: En los resultados podemos observar que del total de la población encuestada, el 32,5 % está en acuerdo y el 9,8 % en total acuerdo por otra parte el 33,7 % se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestas considera que desconoce sobre ello, el 23,9 % está en desacuerdo que la Municipalidad no está realizando actividades novedosas.

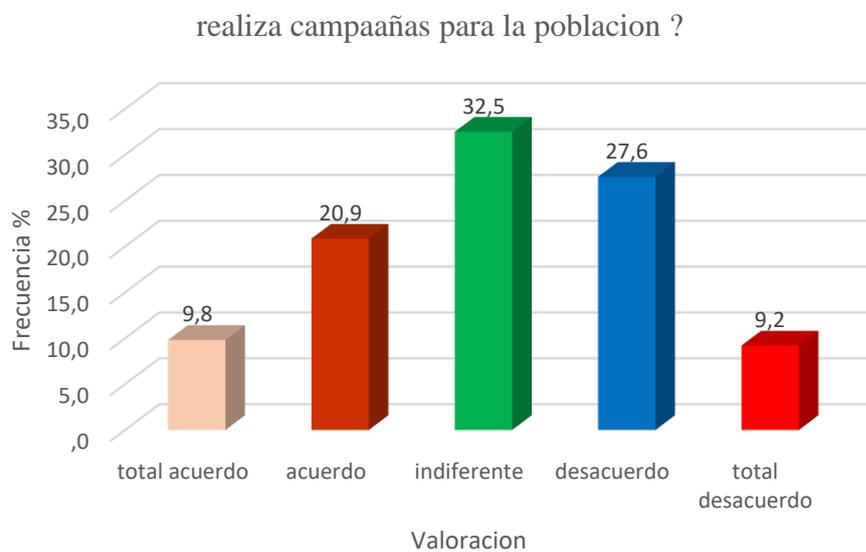
Tabla 20
campañas de donación a para la población

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	16	9,8
acuerdo		
acuerdo	34	20,9
indiferente	53	32,5
desacuerdo	45	27,6
total	15	9,2
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 17

Campañas



Nota: En los resultados obtenidos en la encuesta un 27.6 % en desacuerdo, a la vez un 9,2 % en total desacuerdo que la Municipalidad Distrital de Pomalca hace campañas de donación para la población, así mismo un 32,5 se muestra indiferente ya que la población desconocen la información acerca de estas campañas que realiza la Municipalidad .

Tabla 21

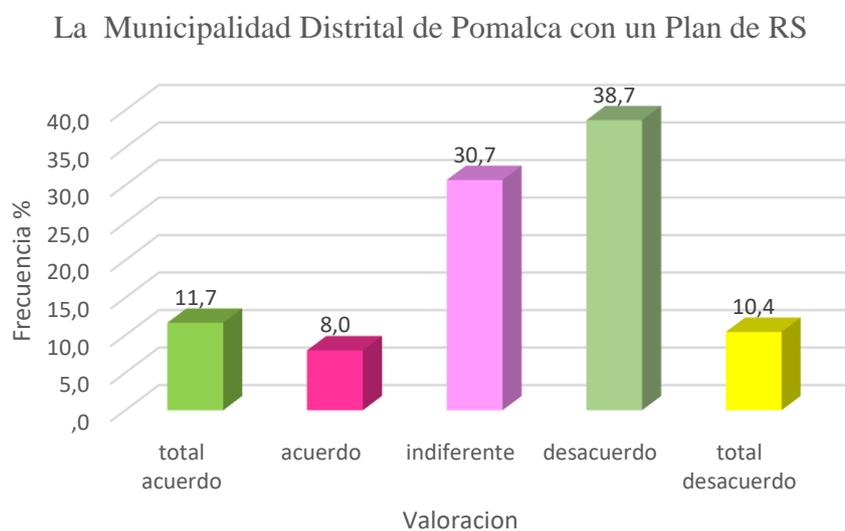
La Municipalidad cuenta con un plan de RS

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	19	11,7
acuerdo		
acuerdo	13	8,0
indiferente	50	30,7
desacuerdo	63	38,7
total	17	10,4
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 18

Plan de Rs



Nota: En los resultados obtenidos en la encuesta un 38,7 % en desacuerdo, a la vez un 10,4 % en total desacuerdo que la Municipalidad Distrital de Pomalca tiene un plan de Responsabilidad Social, así mismo un 30,7 se muestra indiferente ya desconocen acerca de este plan para mejorar la imagen corporativa, a un 11,7 % en total acuerdo, 8,0 % acuerdo .

Tabla 22

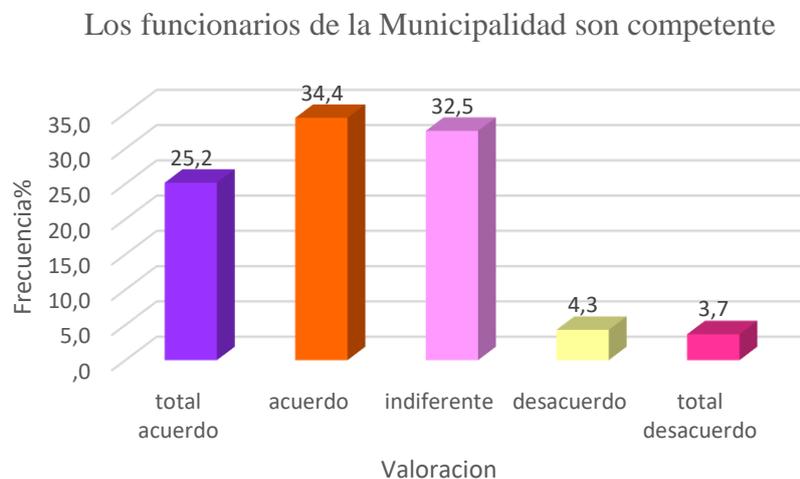
Los funcionarios de la Municipalidad son competentes y amigables

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	41	25,2
acuerdo		
acuerdo	56	34,4
indiferente	53	32,5
desacuerdo	7	4,3
total	6	3,7
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 19

Funcionarios competentes



Nota: Según la población encuestada manifiesta un 34,4 estar acuerdo, así como también un 25,2 % en total acuerdo que es importante que los funcionarios de la Municipalidad son amigables a la hora de brindar su servicio, a la vez un 32,5 % de la población se muestra indiferente, al desconocer sobre esta información, un 4,3 % en desacuerdo, 3.7 % en total desacuerdo que no están conforme con los funcionarios de la Municipalidad.

Tabla 23

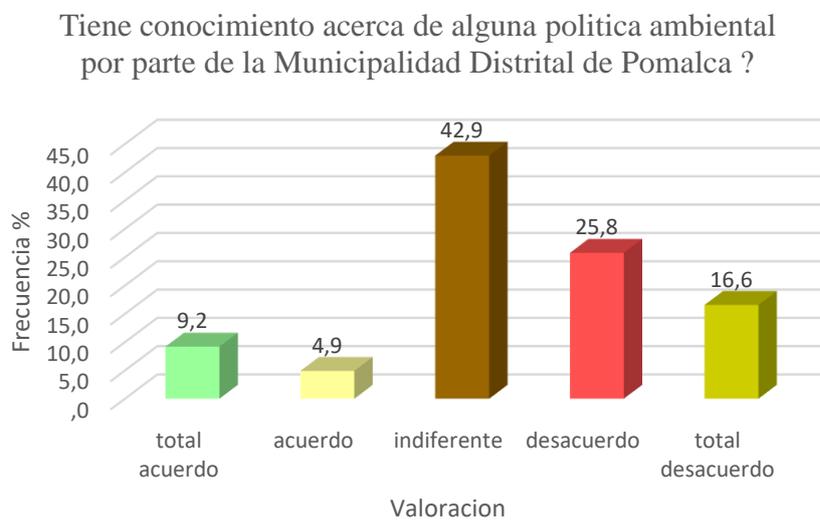
Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	15	9,2
acuerdo		
acuerdo	8	4,9
indiferente	70	42,9
desacuerdo	42	25,8
total	27	16,6
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 20

Política ambiental



Nota: La población manifiestan en sus resultados que un 42,9 % se muestra indiferente, ya que no tienen conocimiento acerca de una política ambiental por parte de la Municipalidad, a la vez un 25,8 % se muestra en desacuerdo, como también un 16,6 en total desacuerdo, y un 4,9 % acuerdo, 9,2 % se muestra en total acuerdo que la empresa tiene una política ambiental.

Tabla 24

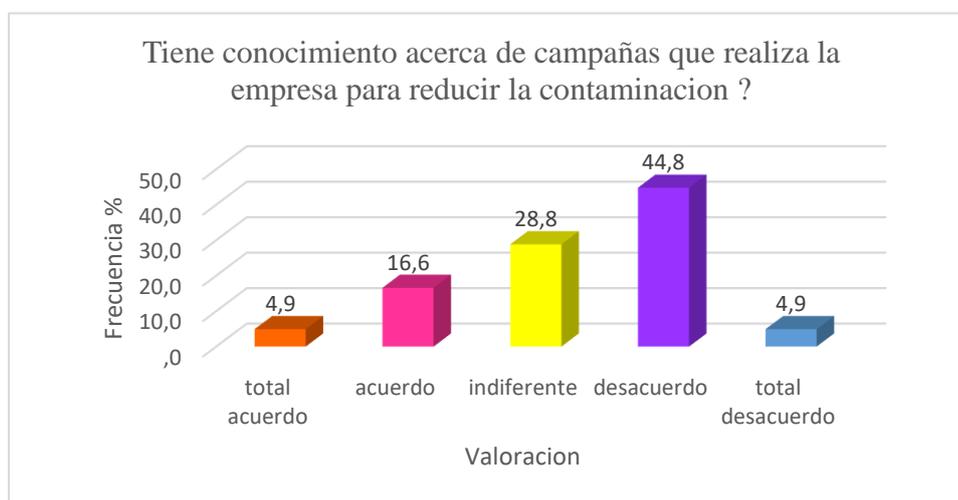
Las campañas que realiza la Municipalidad para reducir la contaminación

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
total	8	4,9
acuerdo		
Acuerdo	27	16,6
indiferente	47	28,8
desacuerdo	73	44,8
total	8	4,9
desacuerdo		
Total	163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 21

Campañas sobre contaminación



Nota: La Población se manifiesta un 44,8 % en desacuerdo, a la vez un 4,9 en un total desacuerdo que la Municipalidad no realiza campañas para reducir la contaminación, y un 28,8 se muestra indiferente ya que la población desconoce sobre estas campañas acerca de la contaminación, y un 16,6 % en acuerdo, 4,9% total acuerdo que la población tiene conocimiento acerca que si realizan campañas la Municipalidad.

Tabla 25

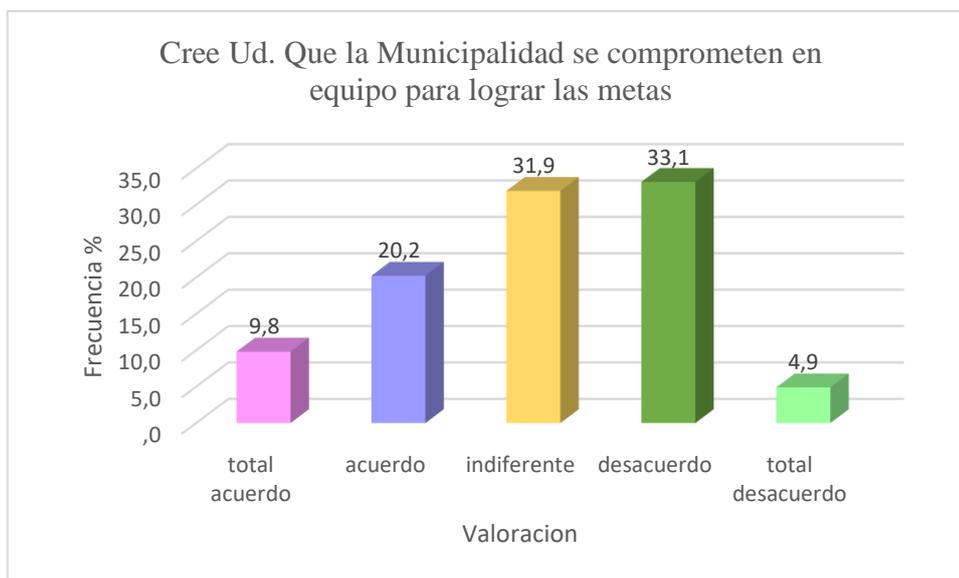
La Municipalidad se compromete en equipo para lograr las metas

Frecuencia	Porcentaje
26	9,8
33	20,2
52	31,9
54	33,1
8	4,9
163	100,0

Nota: Elaboración propia

Figura 22

Trabajo en equipo para el logro de metas y objetivos



Nota: En los resultados obtenidos en la encuesta un 33,1 % en desacuerdo, así mismo un 4,9 en total desacuerdo que la Municipalidad no trabaja en equipo para lograr sus metas propuestas, así un 31,9 % se muestra indiferente, ya que estas personas no tienen conocimiento a ello, y un 29,0% de la población consideran que la Municipalidad se organiza para cumplir sus metas.

3.2. Discusión de resultados

En los resultados que han sido presentados, en la tabla 7 (figura 3) sobre el Conocimiento acerca de la Responsabilidad Social podemos observar que del total de los 163 encuestados, el 27,6 % está en acuerdo y el 6,1 en total acuerdo por otra parte el 47,2% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados desconocen sobre la Responsabilidad Social de la Municipalidad Distrital de Pomalca, el 16,0 % está en desacuerdo y el 2,5 en total desacuerdo que no conocimiento sobre ello.

Coincide con los resultados obtenidos por Cerón (2017) que en su investigación sobre Responsabilidad social y ética administrativa empresarial de la imagen corporativa de MABE describe que es importante proporcionar bienestar a los empleados y a la población, y así conjuntamente apoyar la toma de decisiones responsables y correspondidas para tener una conducta respetuosa legal y moral y con un compromiso con el medio ambiente, y conjuntamente hacer un análisis conceptual de la Responsabilidad Social. Esta base es apoyada por Noguera (2017) donde se determina que la responsabilidad social en particular resulta difícil, ya que puede afirmarse que está vinculada para que sistematización de las organizaciones pueda incrementar la productividad.

Respecto a la Gestión Participativa, se analizó si la población participa en algún proyecto social realizado por la Municipalidad Distrital de Pomalca, Así mismo evidenciamos que en la tabla 12 que un 35,0 % estar desacuerdo, así como también un 27,0 % en total desacuerdo ya que la mayor parte de la población no participan en proyecto social realizado por la Municipalidad, a la vez un 18,4 % de la población se muestra indiferente, al desconocer sobre ello, y un 6,7 % en acuerdo 12,9 % en total acuerdo que participan en proyecto social .Coincide con los resultados hallados por André (2015) que definen la importancia de los programas sociales que se relaciona con los grandes mejoras en la calidad de vida para todos los involucrados, el aumento en la capacidades y funcionalidades de la personas .

Así mismo en la dimensión sobre medio Ambiente como compromiso social. En la tabla 12 acerca si la Municipalidad da capacitaciones o charlas en los colegios sobre el medio ambiente, en donde se obtuvo que, el 11,0 % está en acuerdo y el 15,3 en total acuerdo por otra parte el 42,9% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados se encuentra indiferente y desconocen si dan charlas o capacitaciones en los colegios sobre como contribuir el medio ambiente, el 14,7 % está desacuerdo y el 16,0 en total desacuerdo que no están enterados sobre estas charlas .

En relación a esto. Barbachan (2016) Las empresas aplican los principios de la Responsabilidad Social de diferentes maneras, como en el Ámbito Ambiental la preservación del entorno natural y el desarrollo de las operaciones de la empresa es un ámbito fundamental para ser sostenibles en el tiempo, hay mayor conciencia de desarrollar procesos eco-eficientes en el uso de los insumos y cuidar el medio ambiente a través de diferentes charlas y capacitaciones a las personas. Coincide también con Pérez (2016) afirma que, muchas empresas alrededor del mundo han tenido que adaptar sus operaciones a una situación actual de mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad en su conjunto, ya que cada vez se hace más social y ambiental que económicamente por lo tanto buscan una correcta implementación de gestión ambiental tanto interna como externa.

En cuanto a la dimensión Política de apoyo comunidad, se analizó si la Municipalidad brinda programas de apoyo social para la comunidad pomalqueña, en donde se obtuvo, el 11,7 % está en acuerdo y el 13,5 en total acuerdo por otra parte el 42,9% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados se encuestados no tienen conocimiento sobre los programas de apoyo social para comunidad pomalqueña, el 23,3 % está desacuerdo y el 8,6 en total desacuerdo que no tienen información sobre ello. Aspectos que coinciden con Rodríguez y Sales (2017), “análisis de la comunicación del programa de responsabilidad social corporativa: voluntarios telefónica”, el cual indica que es importante conocer la responsabilidad de realizar un programa social, el cual nos permitirá analizar como desarrolla una empresa para así lograr mejorar su perfil.

En la tabla 17, el 6,7 % está en acuerdo y el 14,1% en total acuerdo por otra parte el 40,5% se encuentra en desacuerdo, el cual muestra que la mayor parte de encuestas considera que la Municipalidad Distrital de Pomalca no tiene una buena imagen, el 27,0 % está esta indiferente y el 11,7 en total desacuerdo. Similitud con Avila y Fernández (2017) que menciona en su investigación Imagen Corporativa del Hotel Gran Sipán, de Tres Estrellas, De la Ciudad de Chiclayo, describiendo que es de gran importancia el compromiso con la imagen empresarial de una empresa ya que nos puede generar clientes satisfechos y fidelizados y así puedan tener una perspectiva mejor de la calidad del servicio. De igual forma Flores (2016), indica que, “La imagen corporativa para el logro de los objetivos de cualquier organización, sea pública o privada, se pueden encontrar muchos directivos diciendo nuestra imagen fue creada para nuestro negocio”

En cuanto a la dimensión de avances tecnológicos, en la tabla n 20 se analizó si la Municipalidad realiza procesos o actividades novedosas, en donde se obtuvo el 32,5 % está en acuerdo y el 9,8 % en total acuerdo por otra parte el 33,7 % se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestas considera que desconoce sobre ello, el 23,9 % está en desacuerdo que la Municipalidad no está realizando actividades novedosas.

Según Rengel (2018), en su investigación sobre “Posicionamiento y mejoramiento de la imagen del Centro Clínico Auditivo GAES” tiene la finalidad de lograr una buena imagen corporativa, a través de estrategias de comunicación y la buena tecnología para el uso de redes sociales , generando una mejor aceptación y la buena actividades innovadoras para sus pacientes dentro clínico auditivo GAES. Por el cual se muestra que la Municipalidad Distrital de Pomalca no está gestionando un adecuado proceso de actividades novedosas, resaltando que la tecnología es importante hoy en día para el crecimiento de las empresas, por el cual la Municipalidad debe implementar programas y actividades innovadoras.

En la tabla 21, se evidencia en la dimensión de la Socialización acerca de campañas de donación que realiza la Municipalidad, presenta un 27.6 % en desacuerdo, a la vez un 9,2 % en total desacuerdo que la Municipalidad Distrital de

Pomalca no hace campañas de donación para la población, así mismo un 32,5 se muestra indiferente ya que la población desconocen la información acerca de estas campañas que realiza la Municipalidad. Según García (2017) afirmo que la cultura corporativa y el compromiso organizacional son constructos que presentan gran interés para el desarrollo de las organizaciones, ya que permita la participación y la ayuda social del personal de la Municipalidad contribuyen positivamente en desarrollo de la buena imagen frente a la sociedad.

Asimismo Capriotti (2013) menciona que “puede ser definido como las fuerzas que pueden tener persuasión sobre la organización, pero su importancia y la magnitud de tal influencia no es totalmente clara”, ya que el entorno Político Legal ya que está formado en las normativas de campañas y ayuda social para las personas, normativas de publicidad, que influyen en la imagen de una institución.

De tal manera, en lo resultados encontrados que han sido presentados, en la tabla 24 sobre si la Municipalidad tiene alguna política ambiental, se obtuvo que 42,9 % se muestra indiferente, ya que no tienen conocimiento acerca de una política ambiental por parte de la Municipalidad, a la vez un 25,8 % se muestra en desacuerdo, como también un 16,6 en total desacuerdo, y un 4,9 % acuerdo, 9,2 % se muestra en total acuerdo que la empresa tiene una política ambiental. Que es apoyada con Alicia (2017) en su investigación sobre “Plan de Marketing Social Para la Concientización Ambiental en la Ciudad de Chiclayo”, para poder concientizar a la personas sobre el medio ambiente ya que hoy en día se ve que fuertemente este tema, ya que debemos aprender el correcto manejo de residuos sólidos y eliminar la acumulación de la basura ya que las personas no tomas conciencia y responsabilidad propia, de acuerdo con las diferentes estrategias poder llegar a que puedan cambiar de chip la ciudadanía .

3.2 Propuesta de Investigación

Realizar un plan de capacitación de responsabilidad social-ambiental con la finalidad de establecer un mejoramiento de la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Pomalca.

3.2.1 Introducción

En la actualidad, las instituciones (las Municipalidades en general), tienen que tener presente la responsabilidad social, como una obligación de las entidades de brindar una mejor calidad de vida, establecer las herramientas necesarias, con el fin de abarcar las necesidades de una determinada sociedad, fortalecimiento cultural, medioambiente, etc. En ese sentido, la responsabilidad de la Municipalidad es a favor de una sociedad que ha confiado en su gobernanza y que espera de ellas, como retribución, el cuidado de los intereses sociales.

La problemática surge a raíz de que, en la Municipalidad de Pomalca existe una escases de información sobre los diversos programas sociales que la Municipalidad tiene como proyecto a aplicarse; y es que, en la realidad, la población pomalqueña tiene poco conocimiento sobre ello, por no decir, están totalmente desinformados sobre los diversos programas sociales y las fechas que supuestamente se van a realizar, quizás por falta de información, comunicación o desinterés por parte de la entidad pública. Como sustento de esta tesis, tenemos las encuestas realizadas a un determinado grupo de personas de origen pomalqueño y que radican en ese lugar.

Es importante cuestionarnos, la importancia de saber cuál es la responsabilidad que tiene la Municipalidad de Pomalca con la población pomalqueña, el objetivo y finalidad siempre será a favor de la población; es por ello que, la propuesta está basada en la capacitación social y sobre todo el mantenimiento del desarrollo sostenible de la localidad; por ejemplo, mediante la aplicación de charlas a las instituciones educativas.

El objetivo de este estudio es evaluar la Responsabilidad Social del municipio de Pomalca para observar si cumple con su trabajo de proteger el interés público, implementando el instrumento en una muestra representativa. Esto se debe a que a pesar tanto las organizaciones privadas como las públicas satisfacen las necesidades. Sin embargo, las entidades públicas están diseñadas para satisfacer en gran medida las necesidades de la población. Principalmente, se preocupan por los servicios que brinda en áreas como salud, educación,

transporte, deportes y recreación, construcción, etc., donde el papel social de las instituciones estatales es muy alto en comparación con las empresas privadas indicadas en las áreas antes mencionadas.

3.2.2 Objetivos de la propuesta:

Objetivo principal:

- Realizar un plan de capacitación de responsabilidad social-ambiental con la finalidad de establecer un mejoramiento de la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Pomalca.

Objetivos específicos:

- Analizar las diferentes propuestas sociales que la Municipalidad Distrital de Pomalca tiene pensado ejecutar
- Concientizar a la población a focalizarse en la ULE (Unidad local de empadronamiento de la Municipalidad)
- Diseñar una Plan de Capacitación para la aplicación de las propuestas sociales de la Municipalidad distrital de Pomalca
- Incentivar a la Municipalidad Distrital de Pomalca para que brinde las respectivas capacitaciones sobre el cuidado del medio ambiente para fortalecer el desarrollo sostenible de la localidad.

3.2.3. Misión, Visión y Valores

Misión:

Somos un Gobierno Municipal, moderno y eficiente, promovemos el desarrollo concertado del distrito, a través de proyectos comunes con la población mediante el presupuesto participativo. Trabajamos por el bienestar de las personas con atención preferencial a los más necesitados, damos oportunidad a hombres y mujeres para su participación activa en las esferas políticas, económicas, sociales laborales y culturales .

Visión:

Ser una Municipalidad Líder que promueve el desarrollo integral de la comunidad, con una gestión eficiente, transparente y participativa, posicionando a Pomalca como un distrito ordenado, seguro, donde se fomente la cultura.

Valores:

- Honestidad
- Veracidad laboral
- Lealtad
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Dedicación y constancia

3.2.4. Importancia

El diseño del programa de capacitación estará a cargo de las autoridades distritales y municipales ventaja importante de Pomalca, porque liderará capacidad de los programas socioambientales para grupos de población. El desarrollo Organizacional es muy importante ya que permite poner en marcha los conocimientos y las habilidades de Municipalidad para la población para que puedan enterarse de diferentes campañas que realiza; esto ayudara a ser visto de una manera buena la Imagen de la institución.

3.2.5. Programas sociales que la Municipalidad Distrital de Pomalca realiza para la población

➤ **Programa Pensión 65 :**

El Programa Nacional de Asistencia Solidaria Pensión 65 dirigido a los adultos mayores de 65 años en situación de pobreza extrema, brindándoles un beneficio económico de 250 soles cada dos meses. Por lo tanto, la administración de la municipalidad ayuda a que satisfagan sus necesidades básicas.

El objetivo del régimen es ayudar a los pobres y extremadamente pobres para que puedan utilizar la pensión que reciben para mejorar su calidad de vida.

Este programa del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), fue establecido el 19 de octubre de 2011 (Decreto Supremo N° 081-2011-PCM) como una respuesta nacional a la necesidad de brindar protección a sectores particularmente vulnerables.

➤ **Programa del Vaso de Leche :**

El programa Vaso de Leche Nacional tiene como objetivo apoyar con la alimentación con raciones diarias, en el distrito de Pomalca, para niños de 0 a 6 años, también funciona para niños de tercer año que no reciben ayuda. Programas sociales del Gobierno Central para ayudarles a mejorar en este caso, el nivel nutricional de la población pomalqueña.

Los objetivos de este programa es contribuir y mejor la nutrición de los niños que tienen pocos Recursos Económicos, también es importante que gracias a este programa mejora la calidad de vida de los niños 0 a 6 años.

El Proyecto Vaso de Leche (PVL) es un programa social establecido por la Ley N° 24059 y complementado por la Ley N° 27470 para garantizar raciones alimentarias diarias a grupos desfavorecidos.

➤ **Programa de la beca 18 :**

Este programa de beca 18 es apoyar a los estudiantes de diferentes instituciones educativas, que tengan un promedio de 15 en la educación secundaria, y que estén en una situación de pobreza o pobreza extrema, y así puedan postular para una dar un examen y puedan tener la oportunidad de ingresar a una universidad, ya que previamente le dan una pensión a la persona que llegan a pasar el examen.

Los beneficios de la beca 18 es que los alumnos que ingresaron el gobierno paga los diferentes gastos ya sea la matricula, alimentación, movilidad, etc.

➤ **Programa del SIS:**

Este programa tiene como propósito garantizar la protección de la salud de las personas con un seguro, priorizándose la atención a las personas que se encuentran en pobreza y extrema pobreza, para que puedan tener donde atenderse de cualquier enfermedad que necesiten poder evaluarse, este programa es uno de los más importante para la Municipalidad Distrital de Pomalca ya que genera que muchas personas tenga el seguro de SIS, pero tienen un problema como llegar a diferente personas que conozcan más este programa, ya que la diferente centros

poblados después de la encuestas piensan que una tramite muy largo o desconocen sobre el tema

➤ **Programa de Donaciones:**

El propósito de este programa para el municipio del distrito de Pomalca es objetivos sociales para mejorar la imagen corporativa de la institución; dado que tienen la oportunidad de impactar positivamente en la sociedad, es posible promover el trabajo voluntario entre los socios comerciales o apoyar con donaciones a organizaciones profesionales y así lograr sus objetivos, para que esto suceda, todas las partes interesadas deben estar involucradas. Involucrarse y comprometerse con un mismo objetivo que se alinee con los valores de la empresa.

➤ **Programas contigo (personas con discapacidad)**

Este programa para personas con discapacidad, así como el Programa Nacional de Entrega de la Pensión no Contributiva a Personas con Discapacidad Severa en Situación de Pobreza – CONTIGO, depende del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), que se encarga de otorgar pensiones no contributiva de S/ 300.00 soles, bimestrales, con el propósito de mejorar la su calidad de vida de personas con discapacidad.

Disponer de certificado de discapacidad con diagnóstico severo, expedido por establecimientos de salud, autorizados por el Ministerio de Salud. No tener ingresos ni pensión alguna, incluye prestaciones económicas de la Seguridad Social de Salud-ESSALUD.

ACTIVIDAD Nº 1

Concientizar a la población a focalizarse en la ULE

I. Datos Informativos:

1.1. Empresa: Municipalidad Distrital de Pomalca

II. Datos de la Actividad

2.1. Actividad

Realizar una visita ya sea con agente Municipal o ponernos de acuerdo con el teniente gobernador, para la coordinaciones con los presidentes de cada junta vecinal para capacitación y concientización a la población de cómo pueden focalizarse en las ULE de la Municipalidad Distrital de Pomalca

2.2. Objetivos:

- Conocer cómo influye las visitas a los diferente centros poblados con la finalidad de darle capacitaciones de cómo la población puedan focalizarse en la ULE, para que así puedan participar en los programas sociales

2.3. Competencias:

- Los encargados de esta visita adquieren conocimientos y desarrollan habilidades para explicarles cómo pueden empadronarse en los diferentes programas sociales, ya que las personas que van asistir en este caso en por cada centro poblado un presidente pueda hacerle llegar la información sobre ello

III. Procesos de la Actividad

Tema N° 1:

- a. Se hace un previa organización con el agente Municipal para realizar esta visita a los diferente centros poblados para hablar sobre como puedan empadronarse o participar en ellas.
- b. Se les pide a la población que puedan ver un video referente a como puedan focalizarse y saber que tramite con no dura mucho y es sencillo.
- c. Los diferente Presientes puedan opinar y hacer un debate sobre el tema.

Tema N° 2:

- a. Se le va asignara a una persona repartir volantes sobre información como pueden acceder al empadronamiento y en que consiste y cuáles son los requisitos y los beneficios que puedan tener.
- b. La Coordinaciones con los presidentes cuando vamos a regresar en una fecha para la información sobre la capacitación de los programas sociales.

IV. Medios y Materiales

- a. Humanos: Agente Municipal y participantes.
- b. Materiales: Pizarra, plumones, hojas de papel, un moldeado, y power poing para que visualicen.
- c. Tiempo de duración: la exposición sobre el tema de focalización será 30 minutos, exposición 30 minutos y opiniones 20 minutos correspondiendo al tema.

V. Estrategias

La personal especialidad en temas de empoderamiento personas para recibir un programa social.

Objetivo

De mejorar el conocimientos y la información sobre como concientizar a la población a través de focalización de ULE para que puedan participar en programas sociales que realiza el Gobierno media la Municipalidad Distrital de Pomalca.

VI. Cronograma

Horario	Tema 1	Tema 2	Recursos utilizar
9.30 am, 10.30 am	Hacer ver un video de acuerdo a la focalización y como pueden registrarse -realizar un debate y opiniones sobre el tema.		Retroproyector Diapositivas Pizarra
10.30 am, 11.00 am	Break		Volantes Plumones
11.00 am, 12.00 pm		Repartir volantes sobre información como pueden empadronarse Cuales son los requisitos y beneficios.	

Fuente: *elaboración propia*

VII. Presupuesto

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Ponente contratada	1	250	250

Refrigerios	60	3.00	180
Materiales utilizados (papel bon , plumones , volantes	60	3.50	210
Total			640

Fuente: elaboración propia

ACTIVIDAD Nº 2

Realizar capacitaciones sobre los diferente programas sociales

I. Datos Informativos:

1.1. Empresa: Municipalidad Distrital de Pomalca

1.2. Sector:

II. Datos de la Actividad

2.1. Actividad

Realizar una capacitación de los diferentes programas sociales que realiza la Municipalidad distrital de Pomalca, a cada presidente de la junta vecinal y ellos puedan poner en conocimiento a los diferentes sectores de población pomalqueña.

2.2. Objetivos:

- Conocer cómo influye las capacitaciones de los programas sociales en los diferentes sectores de la población Pomalqueña.
- Reflexionar sobre la importancia de la Capacitación sobre los programas sociales que realiza la Municipalidad Distrital de Pomalca

2.3. Competencias:

- Los participantes de cada junta vecinal serán capacitados sobre los diferente programas que tiene la Municipalidad Distrital de Pomalca, para que así ellos puedan desarrollan habilidades y comunicación en cada sector correspondiente como poner en conocimiento sobre estos programas y que puedan conocer más profundo y como puedan participar en estos programas sociales.

III. Procesos de la Actividad

Tema Nº 1:

- a. Se le pide la colaboración de 3 personas con conocimiento sobre los programas Sociales para mandar a capacitar a los presidentes de cada junta vecinal
- b. Se le va asignar el rol que va a desarrollar la persona según la función encargada
- c. Con las funciones dadas a cada persona puedan simular unos videos sobre los programas que realiza la Municipalidad para la Población.

Tema Nº 2:

- a) El facilitador/a entrega a cada presidente de cada centro poblado que haga una relación de personas que necesitan ayuda o que puedan participar en algún programa social.
- b) Después de haber entregado una relación, por parte de la Municipalidad hace entrega a cada uno de los presidentes una cantidad de 100 volantes donde contiene como pueden participar en estos programas, que requisitos llevar a la Municipalidad.
- c) Luego les pide a los representantes de cada centro poblado den una opinión de lo observado.
- d) Finalmente la persona encargada de la capacitación hace una conclusión.

Medios y Materiales

- a. Humanos: Facilitador y participantes (los presidentes de cada centro poblado)
- b. Materiales: Pizarra, plumones, hojas de papel, volantes
- c. Tiempo de duración: exposición 30 minutos y opiniones de presidentes de cada junta vecinal 20 minutos.

V. Estrategias

Contratar personal profesional con especialización o personas de la Municipalidad puedan apoyar en esta capacitación y estén al día en estos temas relacionados con los diferentes programas sociales.

VI. Cronograma

Horario	Tema 1	Tema 2	Recursos utilizar
9.30 am, 10.30 am	La persona antes se la exposición sobre los temas, pone un video referente a los programas sociales.		Retroproyector Diapositivas Pizarra
10.30 am, 11.00 am	Break		Volantes Plumones
11.00 am, 12.00 pm		Hace entrega de 100 volantes para presiente para que pueda entregar a su centro poblado También para concluir hace que opinen y hagan preguntas.	

Fuente: *elaboración propia*

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Ponente contratada	3	150	450
Refrigerios	60	3.00	180
Materiales utilizados (papel bon , plumones , volantes	60	3.50	210
Total			840

Fuente: *elaboración propia*

Actividad N°3

Realizar capacitaciones para mejorar el cuidado del medio Ambiente

I. Datos Informativos:

1.1. Empresa: Municipalidad Distrital de Pomalca

II. Datos de la Actividad

2.1. Actividad

Realizar capacitaciones sobre el Medio Ambiente para que ayude a fortalecer el desarrollo sostenible de la localidad.

2.2. Objetivos

Establecer estrategias participativas que comprometan a la Población Pomalqueña, para crearles una conciencia de conservación ambiental, para preservar un entorno saludable en la localidad.

2.3. Competencias:

- Los Población Pomalqueña contarán con conocimientos básicos para que cuiden el medio ambiente y hacer conciencia para que Pomalca sea un Distrito más limpio y saludable

III. Procesos de la Actividad

Tema N° 1:

Sesión de aprendizaje para sensibilizar a la población Pomalqueña, y aplicar un programa de estrategias participativas para la conservación del medio ambiente

- a. Poner un video sobre el Medio Ambiente y las causas que puede pasar si seguimos contaminando nuestra población Pomalqueña
- b. Se le pide a todas personas que han venido a la capacitación puedan escuchar al expositor.
- c. Se le pide que formen equipos de trabajo y poder darles unas hojas, para que nos puedan dar ideas como contribuir con el medio ambiente el Pomalca.
- d. A cada grupo conformado debe dar su hojas a la expositora para evaluar cuál fue la mejor idea la que tenga mejor idea tendrán premios.

Tema N° 2:

Taller para incentivar la aplicación de un método de reciclaje para evitar el pésimo manejo de residuos sólidos y la contaminación.

- a. El facilitador/a pueda lleve botellas para hacer entrega a cada participante, y pueda observarle como pueden hacer porta lapiceros, y con ayude de ellos los participantes puedan lo, con esto se puede hacer que vean cómo se puede hacer diferentes materiales sin desecharlos
- b. Luego el facilitador/a presenta diferentes cosas de reciclaje y adornos para casa ya sean se botellas, cuadernos, pilas.
- c. Pide a los participantes que den opiniones sobre el tema.

Tema N° 3:

Taller para contribuir a que población Pomalqueña tenga los conocimientos necesarios sobre el medio ambiente y las dificultades ambientales que preexisten actualmente.

- a. El instructor distribuirá a todas personas unos volates de cómo podemos reciclar y cuales los beneficios, como contribuir con el medio ambiente.
- b. El expositor va ser entrega de 5 premios a las personas que puedan tener un mejor idea de cómo poder reciclar y que métodos pueden tener y compartirlo con el público.

IV. Medios y Materiales

- a. Humanos: Facilitador y participantes
- b. Materiales: Pizarra, plumones, hojas de papel, premios, volantes
- c. Tiempo de duración: momento Del video durara 10 minutos, expositor de 30 minutos y discusión y opiniones sobre el tema 30 minutos

V. Estrategias

Contratar profesionales especializados en temas ambientales, resolver problemas y tomar decisiones que puedan sensibilizar a la población Pomalqueña

Objetivo

Capacitar a la población Pomalqueña para que adquieran los conocimientos necesarios sobre el medio ambiente y las dificultades ambientales que preexisten actualmente.

Justificación

La contaminación del medio ambiente en Pomalca es debido a la carencia de cultura de los seres humanos, pues las personas a menudo suelen tirar la basura en donde no corresponde, afectando la salud y sobre el medio ambiente.

El propósito de esta capacitación es concientizar a la población pomalqueña de la protección del medio ambiente, para que participen en el mantenimiento y conservación del medio ambiente. Los resultados de las encuestas muestra que la población les falta preocuparse por cuidar el medio ambiente.

Estamos decididos a proteger el medio ambiente, por eso tratamos de dar un discurso al gobierno de la ciudad sobre cómo proteger el medio ambiente y puede mejorarlo con diversas actividades o motivar con ciertas iniciativas.

VI. Cronogramas

Horario	Tema N° 1	Tema N°2	Tema N°3	Recursos y Materiales
8.30 am, .9.30 am	-La exposición sobre los			Proyector Plumones

	temas de la C.A		
9.30 am,10.00 am	Break		Premios Diapositivas
10.00 am,11.00 am	-visualizar al expositor sobre cómo podemos reciclar.		Volantes
11.00 am,12.00 pm		-Hace entrega de volantes y información, opiniones sobre el tema, premios	

Fuente: *Elaboración propia*

IX. Financiamiento

El presupuesto será por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca.

X. Responsable de la Propuesta

El responsable de la implementación de la propuesta es el municipio de pomalca, para mejorar su imagen corporativa.

XI. Conclusiones de la propuesta

El plan de formación se diseña de acuerdo a necesidades de la Población Pomalqueña, lo que se sugiere temas relacionados con el Medio Ambiente, Programas sociales y otros temas que le ayuden para la buena imagen de la Municipalidad Distrital de Pomalca .

El presente proyecto es una forma de ayudar a la institución con el logro de sus objetivos, lo cual impactará de forma favorable en la población, pues tendrá un concepto positivo respecto a la gestión del gerente y trabajadores del municipio; así como la aportación de colaboradores de dicha identidad. Además, permitirá que la población participe de programas, pues estarán informados.

3.2.6 FODA
Tabla 21
Matriz FODA

Matriz FODA	Oportunidades	Amenazas
Factores internos	1. Mejores niveles adquisitivos para población Pomalqueña	1. Los altos índices de informalidad que atenta contra el ordenamiento social
Factores externos	2. El crecimiento económico sostenido de estado Peruano 3. Políticas del estado orientada a la gestión ambiental 4. Inclusión de seguridad ciudadana es uno de los objetivos de la MDP	2. Alto nivel de contaminación ambiental existente en Pomalca 3. El personal no está totalmente capacitado
Fortalezas 1. los proyectos y metas para este gobierno 2019 2. tienen un compromiso con sociedad 3. La implementación de nuevos programas sociales para la población pomalqueña.	1. Mejorar el desarrollo de nuevos programas sociales para la población mediante de capacitaciones para que estén informados sobre lo que la Municipalidad realiza.	1. Capacitar sobre los diferentes programas sociales y la concientización del Medio Ambiente, para puedan participar en ellos.
Debilidades 1. La mala comunicación y sobre todo no tienen informados a la población sobre lo diferentes programas y actividades que desarrollan.	1. La Municipalidad debe fomentar la participación de los diferentes campañas ya que este gobierno 2019 genera más confianza y seguridad y así la población pueda ver que si están cumpliendo con metas y objetivos propuestos.	1. Realizar siempre capacitaciones a la población ya que los Municipios se encarga también para el bienestar de las personas más necesitadas, y concientizar a la población sobre el

2. La mala atención al
Publico
3.falta de
implementación
tecnológica

medio ambiente dando
charlas.

Fuente: Elaboración propia

VII. Presupuesto

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Ponente contratada	2	150	300
Refrigerios Materiales	200	3.00	600
utilizados (papel bon, plumones, volantes, premios	200	3.00	600
Total			1,500

Fuente: *Elaboración propia*

VIII. Resumen de Presupuesto

Resumen de Presupuestos	
Descripción	Monto (s/)
Presupuesto 1	640
Presupuesto 2	840
Presupuesto 3	1,500
TOTAL	2,980 S/

Fuente: Elaboración propia

Dicho monto solventara La Municipalidad Distrital de Pomalca

Costo y Beneficio

$\frac{C/B = \text{ingresos totales netos}}{\text{Costos totales}}$
$\frac{2980}{1500} = 1.98666$

El proyecto es aceptable ya que es mayor > 0

De acuerdo a los datos arrojados por los indicadores se puede llegar a la conclusión de que el proyecto es rentable se obtiene un valor actual neto positivo, lo cual indica que la inversión para las actividades que se dará a la población es factible, por ser económicamente ajustado al presupuesto municipal, cuyo proyectó al ser implementado dará una mejor imagen institucional por los proyectos innovativos en beneficio a la población.

CAPÍTULO IV-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Se considera el diseño de un proyecto de Capacitación, a través del cual los participantes serán los presidentes de las juntas vecinales de los distintos anexos de Pomalca, en cuya agenda se precisa: durante el mes de abril se abordará temas de concientización de la focalización (como poder empadronarte en los programas sociales). En el mes de agosto, después de haber hecho previamente una coordinación con los presidentes de cada junta vecinal se tratarán aspectos muy importantes relacionados a Programas Sociales del municipio, cuyo fin es mantenerlos informados, con la finalidad de que se inscriban a estos programas; y además ejecutar el taller, respecto a la concientización del Medio Ambiente y como poder lograr que la población participe y pueda colaborar con este taller ; teniendo como objetivo la imagen Corporativa de Municipalidad Distrital de Pomalca .

Con respecto a las Si participa en algún Programas Social que realiza la Municipalidad en la Tabla 12 (figura 8) obtuvimos que de los 163 encuestados se puede evidenciar que un 35,0 % estar desacuerdo, así como también un 27,0 %

en total desacuerdo ya que la mayor parte de la población no participan en proyecto social realizado por la Municipalidad, a la vez un 18,4 % de la población se muestra indiferente, al desconocer sobre ello, y un 6,7 % en acuerdo 12,9 % en total acuerdo que participan en proyecto social.

Por otra parte, las dimensiones de la Re son: valores y transparencia, Publico interno, Medio Ambiente, Comunidad, Estado y Sociedad, mediante el estudio de resultados, se precisa la RS se definió en la Tabla 7 (figura 3), cuyo total de los 163 encuestados, el 27,6 % está en acuerdo y el 6,1 en total acuerdo por otra parte el 47,2% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados desconocen sobre la Responsabilidad Social que brinda la Municipalidad Distrital de Pomalca, el 16,0 % está en desacuerdo y el 2,5 en total desacuerdo que no conocimiento sobre ello .sobre si la Municipalidad da charlas o capacitaciones sobre el medio ambiente se obtuvo en la Tabla 13 (figura 9) que del total de la población encuestada, el 11,0 % está en acuerdo y el 15,3 en total acuerdo por otra parte el 42,9% se mostró indiferente, el cual muestra que la mayor parte de encuestados se encuentra indiferente y desconocen si dan charlas o capacitaciones en los colegios sobre cómo contribuir el medio ambiente, el 14,7 % está desacuerdo y el 16,0 en total desacuerdo que no están enterados sobre estas charlas.

El Propósito de Preparación de capacitaciones se proyectó tomando en cuenta el conocimiento de los diferentes programas Sociales que existe en Municipalidad y que por falta de información o coordinaciones con los diferentes presentes de cada centro poblado no tenían mucho conocimiento, es por ellos que se ha dado esta capacitación con único objetivo de que la personas que asistan, en este caso cada presidente de centro poblados pueda llevar esa información, y dar a conocer cómo es que se realiza estos programas y como pueden participar ya que es de una gran ayuda que da el gobierno por medio de la Municipalidad Distrital de Pomalca, otros de los temas que hemos tomado dar capacitaciones es sobre Medio

Ambiente, si bien es cierto es un tema de conciencia y voluntaria, ya que después de hacer las encuestas se ha podido ver que la Municipalidad Distrital de Pomalca

no da charlas a las personas y menos a los colegios de cómo cuidar el medio ambiente y cómo podemos tener un ambiente más sano y fuera de peligro.

4.2 Recomendaciones

Recomendamos al Alcalde de Pomalca informar siempre a la población de los diferentes programas que realizan a través de una capacitación o charlas para que este siempre informado y tengan conocimientos de los distintos programas y campañas de salud, y así como la toma de conciencia sobre el medio Ambiente .También es la obligación de la Municipalidad poder siempre estar en constante capacitaciones tanto a la población como a sus colaboradores para que puedan trabajar en equipo, y la población porque es una participación importante ya que gracias eso pueda mejorar la Imagen Corporativa , además sería de suma importancia desarrollar talleres de trabajo en equipo .

Se recomienda implementar tecnología más adecuada ya que es muy importante que la Municipalidad pueda tener una página web donde la población pueda ver cuáles son sus metas y objetivos propuestos, esto permitirá también a que estén informados, de esta manera se mejorara la prestación de buena imagen corporativa.

A través del área de la participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Pomalca, se pueda reestructuras y organizar las juntas vecinales ya que son organizaciones de carácter territorial, y que representan ala personas que viven dentro de misma unidad vecinal, ya que su objetivo de ellos es informar a su centro poblado de como promover el desarrollo, y como defender sus interés, y que algo muy importante las juntas vecinales deben velar por el derecho de los vecinos, ya que si es muy cierto la Municipalidad no puedo llegar a todos en general, pero si capacita a estos presidentes de cada junta vecinal, ellos puedan informar más seguido sobre todo también pueden repartir volantes donde tenga la información necesaria, los roles que va hacer la Municipalidad .

Por otro lado, quienes trabajan en la Municipalidad de Pomalca, debe estar enterados del programa de formación, diseñado para que participen todos los colaboradores. Esto ayudará a los participantes reconocer la importancia de estas actividades porque genera destrezas, conocimientos adquiridos para el desempeño de las propias tareas y permite el desarrollo de la organización

REFERENCIAS

- Aldanueva, F.; & Arrabal, G. (2018) La comunicación y medición de la Responsabilidad Social Universitaria: Redes Sociales y propuesta de indicadores. Revista digital en investigación y docencia Universitaria, Núm. 12(1), 121–136. <https://doi.org/10.19083/ridu.12.626>
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología Científica (Sexta Edición ed.). Editorial Episteme.
- Ávila, C. & Fernández, L. (2017). Imagen Corporativa del Hotel Gran Sipán, de Tres Estrellas, De la Ciudad de Chiclayo.[Tesis para optar el título de licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos]. Repositorio digital de la USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/942/1/TL_AvilaAsteteClaudiaJesús_FernandezTerronesLuceritodelPilar.pdf.pdf
- Ángel, V. (1993). La responsabilidad social de la empresa. Editorial Cuadernos de documentación.
- Baltazar, L., Day, H. & otros (2002). La responsabilidad social empresarial en las estrategias de desarrollo del gobierno peruano. Universidad del pacífico, Centro de Investigación.
- Cerón, J. (2017). Responsabilidad social y ética administrativa empresarial de la imagen corporative de Mabe. [Tesis de grado presentado como requisito para optar el título de especialista en Alta Gerencia] . Repositorio digital de Universidad Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16152/MONCADACERONJAIROANTONIO%202017.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Cáceres, L. (2017). Todo lo que debes saber de la imagen corporativa. Editorial Cruzol.
- Cueto, C. (2015). El análisis de la responsabilidad social corporativa de las grandes ciudades de España. Editorial Científica 3 Ciencias.
- Canessa, G., & García, E. (2005). El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo. Editorial Biblioteca Nacional del Perú
- Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa (4° Edición ed.). Editorial Ariel.
- Chicaiza, V. (2018) La responsabilidad social empresarial: ¿herramienta para combatir la pobreza? Análisis crítico del pensamiento de Bernardo Kliksberg. Revista Gestión Y Estrategia, Núm. (53), pp.33-42.
<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2018n53/Chicaiza>
- Costa, J. (1994). La imagen como elemento de la Identidad Corporativa. Universidad de Palermo.
- Dopaso, M. (2012). Informes de la responsabilidad social corporativa (RSC) fuentes de información y documentación. Revista general de información y documentación, Núm (1), pp. 279-305.
- Fernández, S y Saldaña, M. (2017). La responsabilidad social empresarial como herramienta de marketing para el posicionamiento de una empresa trujillana de transporte interprovincial de pasajeros en la ruta Trujillo- Huamachuco en el año 2017. [Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración y Marketing]. Repositorio digital de la Universidad Privada del Norte.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12309/Caipo%20Fernandez%20Sheila%20Noemi%20%20Rodriguez%20Salda%c3%b1a%20Jackeline%20Marjorie%20-%20parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rodríguez, C. (2017). Nivel de Satisfacción Laboral en los colaboradores del establecimiento de comida rápida Pizza Hut Chiclayo.[Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas]. Repositorio digital de la Usat. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/850/1/TL_RodriguezEnriquezChristiamLeonardo.pdf
- Capriotti, P. (2013). Planificación de la Imagen Corporativa. Instituto de investigación en relaciones públicas.
- García, M, & Flores, E. (2017). Consecuencias de la cultura corporativa y rol de la comunicación interpersonal en el compromiso organizacional del personal de la Municipalidad Provincial de Arequipa - Perú. Comunicación, Núm.8(2), pp.137–147. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221971682017000200007
- Gordoa, V. (2018). El poder de la imagen pública: Plan maestro para inspirar confianza y ganar credibilidad. Editorial Aguilar.
- Julianna, L. (2016) Estudio del impacto de la gestión de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas en Perú. Revista de responsabilidad social de la empresa, N°(22), pp. 43-73.
- Lizarburu, E. (2016). Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo. Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, Núm. (1), pp. 42-65.
- Morales, B. (2018). Confianza de las audiencias en las marcas televisivas: propuesta de indicadores de responsabilidad social y reputación corporativa. Revista Dialnet, Núm. 3, pp. 537-547.
- Marabal, M. (2017) La responsabilidad social empresarial bajo los postulados de la teoría institucional: análisis y evidencias. Espacio Abierto, V. 26 Núm. (4), pp 183-204.

- Maldonado, A. (2017). "Auditoria de la imagen corporativa de la Orquesta Sinfónica de Cuenca". [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas]. Repositorio digital de la Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/28200/1/Tesis%20pdf..pdf>
- Echevarría, O., Abrego, D.& otros (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, V.28, Núm (69), pp. 133-147.
- Neyra, C. (2018). La imagen corporativa y su influencia en el posicionamiento en los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Chimbote 2017. [Tesis para optar el grado de Maestro en Gerencia de Marketing y Gestión Comercial]. Repositorio digital de la Universidad privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13323/Neyra%20Mercado%20Cristina%20Elizabeth.pdf?sequence=4>
- Márquez, J y García, W. (2017). Comunicaciones, auditoria e imagen corporative. Editorial Mar Abierto.
- Sari, D y Rumipulla, J (2017). Calidad de vida asociada con recursos sociales y autonomía de adultos mayores. [proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Enfermería]. Repositorio digital de la Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27891/1/Trabajo-de-Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Noguera, A. (2017). Responsabilidad social Organizacional. Consejo profesional de Ciencias Económicas de la Provincia de Santa Fe.

- Noreña, L. A; Alcaraz, N. y otros. Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Revista Colombia*, V. 12, Núm. (3), pp. 263-274.
- Posligua, E. (2017). Modelo de gestión de responsabilidad social empresarial para el sector maderero ecuatoriano. [Programa de Maestría en Dirección de Empresas]. Repositorio Digital UASB.
- Pérez, J. (2016) La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169–178.
- Abao, R. (2018). Plan de gestión de gestión de responsabilidad social a través del reforzamiento académico en la escuelita sabatina del asentamiento humano Torres de San Borja –Moche Trujillo Perú. Repositorio digital de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13529/Plan%20de%20Oresponsabilidad%20social%20a%20trav%c3%a9s%20del%20reforzamiento....pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paico, A. (2017). Plan de Marketing Social Para la Concientización Ambiental en la Ciudad de Chiclayo.[Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas]. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/896/1/TL_PaicoMedinaAliciaPubila.pdf
- Portocarrero, S., & Llusera, S. (2000). *Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú*. Universidad del pacífico.
- Pereda, L. (2011). *Indicadores para gestión de la responsabilidad social*. Editores Antonio Vives.
- Rengel, J. (2018). Posicionamiento y mejoramiento de la imagen del Centro Clínico Auditivo GAES.[Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas]. Repositorio digital Universidad de Cuenca.

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29853/1/Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n.pdf>

Revollar, D. (2017). Responsabilidad social e imagen institucional del puesto de control migratorio del aeropuerto internacional Jorge Chávez, Callao 2017.[Tesis para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública]. Repositorio de la UCV.https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12926/Yba%c3%b1ez_RMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, J y Díaz, V. (2017). Propuesta de un modelo organizacional para la intervención socialmente responsable de una universidad privada en la comunidad: caso universidad católica santo Toribio de Mogrovejo. [Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas]. Repositorio digital USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1274/1/TL_EnequeRamosJorge_LopezDiazVictoria.pdf.pdf

Rodríguez, M y Salas, M. (2017). Análisis de la comunicación del programa de responsabilidad social corporativa: voluntarios telefónica. [Tesis para optar el título de Licenciado en Comunicación]. Repositorio digital USAT.

Carrizosa,R., Talvera, S: & otros. (2014). Responsabilidad social empresarial, guía de implementación para PYMES. Editorial Projectarse

Rodríguez, A. (2008). Responsabilidad social empresarial calidad de vida y trabajo social. Revista Colombia, Núm (10), pp. 165-185.

Salazar, A. (2013). Hacia la responsabilidad social empresarial de pequeñas empresas: caso México. Revista Internacional Administración & Finanzas, V. 6, Núm (6), pp. 41-54.

Schwalb, M. Malca, O. (2007). Responsabilidad Social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible.

- Santos, F y Sánchez, D. (2017). La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en International Business]. Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola.<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2676>
- Tabaco, C y Rebaza, R. (2017). Análisis sobre la responsabilidad social universitaria. Una revisión sistemática de la literatura científica en el período 2012 – 2017.[Tesis de Investigación para optar grado de bachiller en Administración]. Repositorio digital de la Universidad privada del Norte.
<http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12911>
- Tejeda, S. (2012). Conceptos básicos e indicadores de responsabilidad social. Editorial Ethos.
- Torres, B. (2017). Propuesta para la Responsabilidad social corporativa basada en el modelo de empresa familiarmente responsable. Caso: una corporación del norte.[Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas]. Repositorio digital Usat.
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/988/1/TL_TesenTorresBrendaMiluska.pdf.pdf
- Univalle, P. (2016). Diseño de imagen corporativa para consolidar la identidad de la importadora 'Maquinchef' en su público interno y externo de la ciudad de La Paz. Revista Compás Empresarial, V. 7, Núm. 20, pp. 2075-8952.
- Villacorta, A y Sánchez, J. (2017). Relación del nivel de responsabilidad social empresarial con el nivel de posicionamiento de marca de una empresa heladera de la ciudad de Cajamarca.[Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración]. Repositorio digital de la Universidad privada del Norte.
<http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12668>
- Zarate, M y Garces, C. (2017). El rol de las relaciones públicas en la comunicación, e imagen corporativa del gobierno municipal del cantón sucúa.[Trabajo de titulación

previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas] Repositorio digital de la Universidad de Cuenca.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29647/1/Tesis..pdf>

ANEXOS

Anexo 01.- Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones
¿Cómo debe planificarse la responsabilidad social para garantizar la buena imagen de la Municipalidad de Pomalca?	General: Proponer un plan de responsabilidad social para mejorar la buena imagen de la Municipalidad de Pomalca.	Si se propone una planificación de responsabilidad social,	Responsabilidad social	valores y transparencia y buen gobierno
	Específicos: Determinar el nivel de conocimiento sobre la RSE de los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Pomalca.	mejorará la imagen Corporativa de la Municipalidad de Pomalca.		Público interno
	. Diagnosticar la imagen corporativa que tiene la Municipalidad Distrital de Pomalca.			Medio ambiente
	. Diseñar una propuesta de responsabilidad social que se llevará a cabo durante la gestión			Comunidad
			Imagen corporativa	Gobierno y sociedad
				Sociocultural
				Tecnológico
				Cultura
				organizacional
				Medio ambiente

Fuente: *Elaboración Propia*

Anexo 2.- Formato de cuestionario



“Plan de Responsabilidad social para imagen Corporativa de la Municipalidad Distrital de Pomalca 2019”

INSTRUCCIONES: El tratamiento de los datos que aquí figuren será confidencial y únicamente con fines de investigación, por lo que no se facilitarán a ninguna persona u organización ajena a la misma, indíquenos hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de los siguientes enunciados. La participación es totalmente voluntaria y anónima, por lo que le rogamos la máxima sinceridad.

Sexo: Hombre Mujer Edad

Marque la alternativa que usted crea conveniente.

TA = Total acuerdo **A** = Acuerdo **I** = Indiferente **D** = Desacuerdo

TD = Total desacuerdo.

PREGUNTAS	TA	A	I	D	TD
¿Ud. Tiene algún conocimiento acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?					
¿El personal municipalidad Distrital de Pomalca cumple con los valores y principios Éticos durante su Gestión?					
La Municipalidad de Pomalca cumple con los valores y principios éticos durante su gestión					

¿Conoce usted que la municipalidad de Pomalca tiene un sitio web para transmitir sus publicaciones de actividades que se desarrolla?					
¿Cree usted que la publicidad sobre las actividades desarrolladas en municipalidad distrital de Pomalca es acorde a la realidad?					
¿Participa Ud. ¿En algún proyecto social realizado por la Municipalidad Distrital de Pomalca?					
¿Cree Ud. ¿Que la Municipalidad Distrital de Pomalca actualmente da capacitaciones o charlas en los colegios sobre el medio ambiente?					
¿Considera usted que al quemar las cañas se contamina el medio ambiente?					
¿La Municipalidad de Pomalca brinda programas de apoyo social para la comunidad pomalqueña?					
¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca lucha contra el soborno y la corrupción?					
¿Considera Ud. que la imagen que tiene de la Municipalidad Distrital de Pomalca es buena?					
¿La Municipalidad de Pomalca trabaja en conjunto con la comunidad Pomalqueña brindando honestidad en su gestión?					
¿Cree Ud. que la empresa presenta con tecnología adecuada para sus procesos administrativos y operativos?					
¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca realiza procesos o actividades novedosas?					
¿Tiene conocimiento acerca de campañas de donación que realiza la Municipalidad Distrital de Pomalca para la población?					

¿Sabe si cuenta la Municipalidad Distrital de Pomalca cuenta con un plan de RS (mejorar la imagen municipal)?					
¿Cree Ud. ¿Qué los funcionarios de la municipalidad son competentes y amigables al momento de brindar su servicio?					
¿Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?					
¿Tiene conocimiento acerca de campañas que realiza la empresa para reducir la contaminación?					
¿Cree Ud. ¿Qué Municipalidad Distrital de Pomalca se comprometen en equipo para lograr las metas propuestas?					

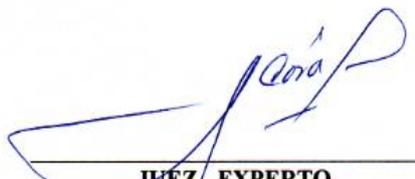
Anexo 03.- Instrumento de validación por juicios de expertos.

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	JOSE WILLIAM CORDOVA CHIRINOS		
PROFESIÓN	ADMINISTRACIÓN		
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN		
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	05		
CARGO	DTC		
"PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA"			
DATOS DE TESIS			
NOMBRES	Adela Anali Cieza Gálvez		
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN		
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario		
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL "Proponer un plan de responsabilidad social para imagen de la Municipalidad Distrital de Pomalca"		
	ESPECÍFICOS Diagnosticar la Responsabilidad Social de la población del Distrital de Pomalca. Medir la imagen corporativa que tiene la Municipalidad del Distrital de Pomalca. Diseñar una propuesta de responsabilidad social que se llevará a cabo durante la gestión		
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS			
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.		
RESPONSABILIDAD SOCIAL			
1.- ¿Ud. Tiene algún conocimiento acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?	TA(✓)	TD()	SUGERENCIAS: _____ _____
2.- ¿El personal municipalidad Distrital de Pomalca cumple con los valores y principios Éticos durante su Gestión?	TA(✓)	TD()	SUGERENCIAS: _____ _____
3.- ¿La Municipalidad de Pomalca cumple con los valores y principios éticos durante su gestión?	TA(✓)	TD()	SUGERENCIAS: _____ _____

14.- ¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca realiza procesos o actividades novedosas?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas de donación que realiza la Municipalidad Distrital de Pomalca para la población?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16.- ¿Sabe si cuenta la Municipalidad Distrital de Pomalca con un plan de RS (mejorar la imagen municipal)?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17.- ¿Cree Ud. ¿Qué los funcionarios de la municipalidad son competentes y amigables al momento de brindar su servicio?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
18.- ¿Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
19.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas que realiza la empresa para reducir la contaminación?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
20.- ¿Cree Ud. ¿Qué Municipalidad Distrital de Pomalca se comprometen en equipo para lograr las metas propuestas?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>20</u> N° TD <u>-</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ - EXPERTO

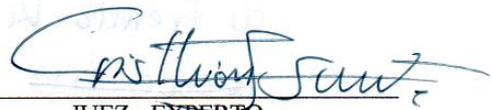
Dr. JOSÉ WILLIAM CORDOVA CHIRINOS
CATEDRÁTICO
DNI: 09582232

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	Cristhian Sanchez Urzate
PROFESIÓN	Lic. en administración
ESPECIALIDAD	Mg. en Gestión de Talento Humano
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	7
CARGO	Administrador / USS
"PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA"	
DATOS DE TESIS	
NOMBRES	Adela Analí Cieza Gálvez
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL "Proponer un plan de responsabilidad social para imagen de la Municipalidad Distrital de Pomalca"
	ESPECÍFICOS Diagnosticar la Responsabilidad Social de la población del Distrital de Pomalca. Medir la imagen corporativa que tiene la Municipalidad del Distrital de Pomalca. Diseñar una propuesta de responsabilidad social que se llevará a cabo durante la gestión
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
RESPONSABILIDAD SOCIAL	
1.- ¿Ud. Tiene algún conocimiento acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2.- ¿El personal municipalidad Distrital de Pomalca cumple con los valores y principios Éticos durante su Gestión?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3.- ¿La Municipalidad de Pomalca cumple con los valores y principios éticos durante su gestión?	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

14.- ¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca realiza procesos o actividades novedosas?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas de donación que realiza la Municipalidad Distrital de Pomalca para la población?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16.- ¿Cree Ud. ¿Qué los funcionarios de la municipalidad son competentes y amigables al momento de brindar su servicio?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17.- ¿Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
18.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas que realiza la Municipalidad para reducir la contaminación?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
19.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas que realiza la empresa para reducir la contaminación?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
20.- ¿Cree Ud. ¿Qué Municipalidad Distrital de Pomalca se comprometen en equipo para lograr las metas propuestas?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA <u>20</u> Nº TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	

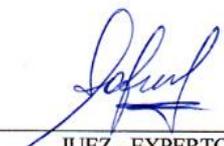

 JUEZ - EXPERTO

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	Delgado Wong Sofia Irene	
PROFESIÓN		
ESPECIALIDAD		
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	6 años	
CARGO	Directora de la Escuela Administrativa	
"PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA"		
DATOS DE TESIS		
NOMBRES	Adela Analí Cieza Gálvez	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL "Proponer un plan de responsabilidad social para imagen de la Municipalidad Distrital de Pomalca"	
	ESPECÍFICOS Diagnosticar la Responsabilidad Social de la población del Distrital de Pomalca. Medir la imagen corporativa que tiene la Municipalidad del Distrital de Pomalca. Diseñar una propuesta de responsabilidad social que se llevará a cabo durante la gestión	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
RESPONSABILIDAD SOCIAL		
1.- ¿Ud. Tiene algún conocimiento acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?	TA(/)	TD()
	SUGERENCIAS: _____ _____	
2.- ¿El personal municipalidad Distrital de Pomalca cumple con los valores y principios Éticos durante su Gestión?	TA(/)	TD()
	SUGERENCIAS: _____ _____	
3.- ¿La Municipalidad de Pomalca cumple con los valores y principios éticos durante su gestión?	TA(/)	TD()
	SUGERENCIAS: _____ _____	

14.- ¿Considera usted que la Municipalidad de Pomalca realiza procesos o actividades novedosas?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas de donación que realiza la Municipalidad Distrital de Pomalca para la población?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16.- ¿Sabe si cuenta la Municipalidad Distrital de Pomalca con un plan de RS (mejorar la imagen municipal)?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17.- ¿Cree Ud. ¿Qué los funcionarios de la municipalidad son competentes y amigables al momento de brindar su servicio?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
18.- ¿Tiene conocimiento acerca de alguna política ambiental por parte de la Municipalidad Distrital de Pomalca?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
19.- ¿Tiene conocimiento acerca de campañas que realiza la empresa para reducir la contaminación?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
20.- ¿Cree Ud. ¿Qué Municipalidad Distrital de Pomalca se comprometen en equipo para lograr las metas propuestas?	TA(/) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA <u>20</u> Nº TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



 JUEZ - EXPERTO

Anexo 04. Carta de autorización de investigación



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA

Provincia Chiclayo – Departamento Lambayeque

R.U.C. 20396129508

GERENCIA MUNICIPAL

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

CARTA N°006 -2023-MDP/GM

SRTA: ADELA ANALI CIEZA GALVEZ

ASUNTO : AUTORIZACION PARA TRABAJO DE INVESTIGACION

REFER. : SOLICITUD REGISTRADA CON N° 1151
COPIA DE DNI
COPIA DEL TITULO DE BACHILLER

Fecha : Pomalca, 24 febrero del 2023

Por medio de la presente hago llegar mi coordinar saludo visto los documentos en referencia brindado por Adela Anali Cieza Gálvez bachiller en Administración en la Universidad Señor de Sipán. Otorgo la disponibilidad de realizar su tesis sobre la ENTIDAD MUNICIPAL titulada PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA-2023 para otorgar su título profesional en la carrera de Administración.

De las acciones realizadas, sírvase informar oportunamente.

Atentamente.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA
Ing. C. [Nombre] [Apellido]
C. [Número]

Av. Apolinario Salcedo S/N (Ex Hospital) -Pomalca Chiclayo-Lambayeque

Email: gmunicipalmdp2023@gmail.com

"Una nueva forma de servir"

Anexo 05.- Resolución de actualización de proyecto de tesis



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N°0099-2023-FACEM-USS

Chiclayo, 09 de marzo de 2023.

VISTO:

El Oficio N°0067-2023/FACEM-DA-USS, de fecha 08 de marzo de 2023, presentado por la Directora de la EP de Administración y proveído del Decano de FACEM, de fecha 08/03/2023, donde solicita la actualización de Proyecto de tesis, por caducidad, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 64° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 015-2022/PD-USS de fecha 02 de marzo de 2022, indica que "La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional".

Que, el Art. 71° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional da el visto bueno al tema del proyecto de investigación de acuerdo a la matriz de consistencia lógica y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE:

ARTICULO ÚNICO: APROBAR, la actualización del Proyecto de Tesis, de los egresados de la EP de Administración, según se indica en cuadro adjunto.

Nº	AUTOR	TÍTULO DEL PROYECTO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	CIEZA GALVEZ ADELA ANALI	PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA 2023	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
02	CARMONA BRENIS MARCO ANTONIO	CALIDAD DE SERVICIO Y LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES DE LA EMPRESA KING KONG LAMBAYEQUE 2023	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
03	VALLEJOS CERCADO MIGUEL OMAR	MARKETING RELACIONAL Y VENTAS EN LA EMPRESA "LA GRUTA DEL CRISTAL" E.I.R.L. 2023	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE


 **Dr. LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO**
Decano
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN


 **Mg. LISET SUGEILY SILVA GONZALES**
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cc.: Escuela, Archivo

ANEXO 06.- Fotos de aplicación de encuesta

Las siguientes imágenes son evidencia de la encuesta realizada a la población de Pomalca. Fotos de fecha 15 de mayo del 2023.





Anexo 07.-Formato N°T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (E5) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 27 de agosto 2023

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito: CIEZA GALVEZ DOLO ANGLI con DNI 70877985

En mi calidad de autor exclusivo de la investigación titulada:
PLAN de Responsabilidad Social DDRA LO ZMOGÉN
CORPORATIVA de la Municipalidad Distrital de Pomalca -
2023

presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar el título de Licenciado en Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
CIEZA GALVEZ DOLO ANGLI	70877985	

Anexo 08.- Turnitin

NOMBRE DEL TRABAJO

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE POMALCA -2

AUTOR

Adela Anali Cieza Gálvez

RECuento DE PALABRAS

18497 Words

RECuento DE CARÁCTERES

101157 Characters

RECuento DE PÁGINAS

89 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.2MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 25, 2023 10:03 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 25, 2023 10:04 AM GMT-5

● 21% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 19% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° **0099-2023-FACEM-USS**, presentado por el /la Bachiller, **Adela Anali Cieza Galvez**, con su tesis Titulada **Plan Responsabilidad para la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Pomalca -2023**

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **21%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221 - 2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 05 de setiembre de 2023



Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.