

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL PRESTIGIO DE
LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU PROVINCIA DE
CANAS 2022**

Presentado por:

- Br. Flavio Muñoz Apaza
- Br. Roberto Edwar Miranda Chanco

Para optar al título profesional de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Dr. Freddi Orlando Yanque Martorell

**Cusco – Perú
2024**

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL PRESTIGIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU PROVINCIA DE CANAS 2022

presentado por: FLAVIO MUÑOZ APAZA con DNI Nro.: 47241078

presentado por: ROBERTO EDUAR MIRANDA CHANCO con DNI Nro.: 45976866

para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

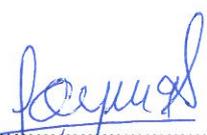
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 22 de ENERO de 2024


Firma
Post firma Freddy Orlando Yangué Mantoreu
Nro. de DNI 23859615
ORCID del Asesor 0000-0001-9832-2427

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: OID:27259-310111954

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS-FLAVIO MUÑOZ APAZA-ROBERTO
EDWAR MIRANDA CHANCO_111804.pdf**

RECUENTO DE PALABRAS

22580 Words

RECUENTO DE CARACTERES

129985 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

117 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.7MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 22, 2024 4:16 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 22, 2024 4:18 PM GMT-5**● 9% de similitud general**

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

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

DEDICATORIA

A mi madre Hilaria Apaza por el apoyo brindado durante toda mi carrera, a mis hermanos y hermanas por confiar en mí e impulsarme a ser mejor cada día.

A Reni, por su amor, compañía, apoyo y comprensión incondicional en todo momento.

A Yecely y Gabriel mis mejores maestros.

Flavio

A mis padres y hermanos por su amor, comprensión y apoyo incondicional. Por darme las fuerzas necesarias para continuar y por siempre creer en mí. Son mi ejemplo a seguir.

Edwar

AGRADECIMIENTOS

A nuestra primera casa de estudios, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, A nuestros maestros de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, quienes nos motivaron en la conquista de nuestros objetivos. A nuestros padres y hermanos, que estuvieron siempre a nuestro lado en cada objetivo logrado. Al Dr. Freddi Orlando Yanque Martorell por su enseñanza y apoyo para el desarrollo de nuestro trabajo de tesis a quien agradecemos de manera muy especial. A la “Municipalidad Distrital de Túpac Amaru” y a los pobladores de las diez comunidades campesinas del distrito de Túpac Amaru, provincia de Canas quienes nos apoyaron de manera incondicional con el trabajo de campo.

Flavio y Edwar

CONTENIDO

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTOS	II
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	X
INTRODUCCIÓN	XII

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	1
1.1.1 Diagnóstico	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos.....	3
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3.1 Justificación Teórica	4
1.3.2 Justificación Práctica	4
1.3.3 Justificación Metodológica	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1 Objetivo General	5
1.4.2 Objetivos Específicos	5
1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5.1 Delimitación Espacial	5
1.5.2 Delimitación Temporal	6

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 BASES TEÓRICAS	7
2.1.1 La responsabilidad social	7
2.1.2 Delimitación del espacio de la responsabilidad social	9
2.1.3 Los principios de la responsabilidad social.....	9
2.1.4 Tipos de responsabilidad social.....	10
2.1.6 Importancia de la responsabilidad social empresarial	13
2.1.7 El gobierno y la responsabilidad social	14
2.1.8 Responsabilidad social y municipios.....	15

2.2 PRESTIGIO.....	16
2.2.1 Etimología del término prestigio.....	16
2.2.2 Definición	16
2.2.3 Clases de prestigio.....	21
2.2.3.1 Prestigio personal	21
2.2.3.2 Prestigio institucional	23
2.2.4 Elementos del prestigio institucional.....	25
2.2.5 Características del prestigio institucional	26
2.2.6 Imagen institucional	27
2.2.6.1 Elementos de la imagen institucional	28
2.3 MARCO CONCEPTUAL	28
2.4 ESTADO DEL ARTE.....	30
2.4.1 INTERNACIONAL.....	30
2.4.2 NACIONAL.....	33
2.4.3 LOCAL	36

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 HIPÓTESIS.....	38
3.1.1 HIPÓTESIS GENERAL.....	38
3.1.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	38
3.1.3 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES	38
3.1.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	39

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 ÁMBITO DE ESTUDIO	40
4.1.1 Localización política.....	40
4.1.2 Ubicación Geográfica	40
4.1.3 Distrito de Túpac Amaru.....	40
4.1.3.1 RESEÑA HISTÓRICA.....	41
4.1.3.2 LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU	44
4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	48
4.2.1 POR LA FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
4.2.1.1 Investigación explicativa.....	48
4.2.2 POR EL ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	48
4.2.2.1 Cuantitativo:	48

4.2.2.2	Cualitativa:	48
4.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	49
4.3.1	No experimental	49
4.4	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	49
4.4.1	Investigación descriptiva – correlacional.....	49
4.5	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	49
4.5.1	Es Hipotético-deductivo.....	49
4.6	POBLACIÓN DE ESTUDIO.....	50
4.7	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	50
4.8	SELECCIÓN DE LA MUESTRA	51
4.9	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	52
4.9.1	Entrevistas	52
4.9.2	Encuesta	52
4.9.3	Técnicas de análisis e interpretación de la información	53
4.9.4	Técnicas para demostrar la hipótesis	53
4.9.5	Fuentes de información.....	53

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
5.2	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	77
	CONCLUSIONES	79
	RECOMENDACIONES	80
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
	ANEXOS.....	88
	Anexo N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	89
	Anexo N° 2: CARTA DE PRESENTACIÓN	90
	Anexo N° 3: FICHA DE VALIDACIÓN	90
	Anexo N° 4: CUESTIONARIO.....	92
	Anexo N° 5: GUÍA DE ENTREVISTA.....	98
	Anexo N° 6: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Edad (agrupado)</i>	54
Tabla 2: <i>Sexo</i>	55
Tabla 3: <i>Grado académico</i>	56
Tabla 4: <i>¿Cree usted que la municipalidad tiene un programa de responsabilidad social para la población?</i>	57
Tabla 5: <i>¿Considera que el trabajo de responsabilidad social es prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru?</i>	58
Tabla 6: <i>¿Cómo considera usted el trabajo de responsabilidad social que realiza la municipalidad?</i>	59
Tabla 7: <i>Las labores de apoyo social son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru</i> 60	
Tabla 8: <i>Las labores de apoyo económico son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru</i>	61
Tabla 9: <i>Las labores de protección medio ambiente son prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru</i>	62
Tabla 10: <i>De los aspectos sociales, económicos y ambientales. ¿Cuál considera prioritario para la población de Túpac Amaru?</i>	63
Tabla 11: <i>¿Cómo considera usted el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?</i>	64
Tabla 12: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la atención que dan los trabajadores</i>	65
Tabla 13: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la imagen que presenta el local</i>	66
Tabla 14: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del trato que ofrece el alcalde a la población</i>	67
Tabla 15: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo social que se da a la población</i>	68
Tabla 16: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo económico que se da a la población</i>	69
Tabla 17: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la protección al medio ambiente</i>	70
Tabla 18: <i>Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la publicidad que realiza</i>	71
Tabla 19: <i>Considera que el trabajo de responsabilidad social que hace el municipio mejora el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru</i>	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Edad (agrupado)</i>	54
Figura 2: <i>Sexo</i>	55
Figura 3: <i>Grado académico</i>	56
Figura 4: <i>¿Cree usted que la municipalidad tiene un programa de responsabilidad social para la población?</i>	57
Figura 5: <i>¿Considera que el trabajo de responsabilidad social es prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru?</i>	58
Figura 6: <i>¿Cómo considera usted el trabajo de responsabilidad social que realiza la municipalidad?..</i> 59	
Figura 7: <i>Las labores de apoyo social son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru</i>	60
Figura 8: <i>Las labores de apoyo económico son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru.</i>	61
Figura 9: <i>Las labores de protección medio ambiente son prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru.</i>	62
Figura 10: <i>De los aspectos sociales, económicos y ambientales. ¿Cuál considera prioritario para la población de Túpac Amaru?</i>	63
Figura 11: <i>¿Cómo considera usted el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?</i>	64
Figura 12: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la atención que dan los trabajadores.</i>	65
Figura 13: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la imagen que presenta el local.</i>	66
Figura 14: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del trato que ofrece el alcalde a la población.</i>	67
Figura 15: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo social que se da a la población.</i>	68
Figura 16: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo económico que se da a la población.</i>	69
Figura 17: <i>Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la protección al medio ambiente.</i>	70
Figura 18: <i>Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la publicidad que realiza.</i>	71
Figura 19: <i>Considera que el trabajo de responsabilidad social que hace el municipio mejora el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru.</i>	72

RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como título: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL PRESTIGIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU PROVINCIA DE CANAS 2022, cuyo objetivo general es el de analizar la incidencia de responsabilidad social en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022 y sus objetivos específicos, los de evaluar la responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022 y conocer el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.

El trabajo de investigación es de tipo explicativo y de nivel descriptivo-correlacional que busca identificar las propiedades y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, presentando un enfoque cuantitativo.

La muestra del trabajo de investigación está constituida por 179 pobladores mayores de 18 años del distrito de Túpac Amaru. Las técnicas aplicadas fue la encuesta y el instrumento de investigación fue el cuestionario referido a la responsabilidad social y el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru.

El procesamiento y análisis de los datos se obtuvo mediante el paquete estadístico SPSS 24.0 el cual arrojó los siguientes resultados: 52.0% de los pobladores del distrito manifiestan estar de acuerdo con esta relación; mientras que solo el 1.7% indica no estar de acuerdo.

El 2.2% cree estar muy de acuerdo que la municipalidad tiene un plan de responsabilidad social, mientras que el 31.8% entiende estar de acuerdo que la responsabilidad social es prioridad del municipio.

En cuanto al prestigio institucional se establece que la municipalidad distrital de Túpac Amaru tiene un regular prestigio ante la comunidad por cuanto se indica que el 39% de la población encuestada entiende que el prestigio no es ni bueno ni malo; mientras que 2.2% cree que es muy bueno y el 15.1% entiende que el prestigio que presenta la gestión municipal es muy malo.

Estos resultados se alcanzaron en función a la escala de valoración de Likert.

***PALABRAS CLAVE:* Responsabilidad social, prestigio institucional, municipalidad, incidencia.**

ABSTRACT

The research work is titled: SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS IMPACT ON THE PRESTIGE OF THE DISTRICT MUNICIPALITY OF TÚPAC AMARU PROVINCE OF CANAS 2022, whose general objective is to analyze the incidence of social responsibility on the prestige of the district municipality of Túpac Amaru province of Canas 2022 and its specific objectives, those of evaluating the social responsibility of the district municipality of Túpac Amaru province of Canas 2022 and knowing the prestige of the district municipality of Túpac Amaru province of Canas 2022.

The research work is of an explanatory type and at a descriptive-correlational level that seeks to identify the properties and profiles of people, groups, communities, processes, objects or any other phenomenon that is subjected to an analysis, presenting a quantitative approach.

The sample of the research work is made up of 179 residents over 18 years of age from the Túpac Amaru district. The techniques applied were the survey and the research instrument was the questionnaire referring to the social responsibility and prestige of the district municipality of Túpac Amaru.

The processing and analysis of the data was obtained using the SPSS 24.0 statistical package, which produced the following results: 52.0% of the residents of the district stated that they agreed with this relationship; while only 1.7% indicate they disagree.

2.2% believe they strongly agree that the municipality has a social responsibility plan, while 31.8% agree that social responsibility is a priority of the municipality.

Regarding institutional prestige, it is established that the district municipality of Túpac Amaru has a fair prestige in the community since it is indicated that 39% of the population surveyed understands that prestige is neither good nor bad; while 2.2% believe that it is very good and 15.1% understand that the prestige presented by municipal management is very bad.

These results were achieved based on the Likert rating scale.

***KEYWORDS:* Social responsibility, institutional prestige, municipality, incidence.**

INTRODUCCIÓN

En el contexto social en el que nos encontramos la responsabilidad social viene tomando trascendental relevancia para los diversos grupos sociales por cuanto esto implica que las diversas organizaciones que pueden ser privados o públicas deben asumir su compromiso con la sociedad tomando en consideración los aspectos ambientales, económicos, sociales y éticos; por cuanto estos redundaran en el bienestar de la comunidad.

Habitualmente la labor que desarrollan las entidades municipales se encuentra en los ojos de la comunidad por el trabajo que realizan y cada una de esas actividades inciden en el prestigio de estas. La relación responsabilidad social y prestigio están intrínsecamente ligadas. En cuanto a la municipalidad distrital de Túpac Amaru esta investigación demuestra cuanto influye el trabajo de responsabilidad social que realizan las autoridades locales con el prestigio que irradia ante la comunidad.

De acuerdo a los formatos vigentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación para la elaboración de la tesis se presenta la siguiente división en capítulos:

El primer capítulo contempla el planteamiento del problema; informa la situación problemática y formulación del problema de investigación, la justificación y los objetivos del trabajo de investigación.

En el segundo capítulo se establece el marco teórico conceptual; donde se aborda las bases teóricas de las variables que presenta la investigación de la misma forma se presenta las definiciones conceptuales y el estado de arte.

En el tercer capítulo se plasma la hipótesis general e hipótesis específicas, así como las variables y su correspondiente operacionalización.

El cuarto capítulo está referido al manejo de la Metodología; donde se describe el ámbito de estudio, el tipo, nivel y diseño metodológico de la investigación, de la misma manera se da a conocer la población, muestra, las técnicas e instrumentos utilizados, para la recolección de los datos.

El quinto capítulo está relacionado con los resultados y discusión del trabajo de investigación que son el resultado de la intervención en campo en la misma que se describe las variables y la relación que estas presentan.

Por último, el trabajo de investigación presenta las conclusiones y recomendaciones; así mismo se plasma las referencias bibliográficas y los diversos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En la actualidad, la responsabilidad social se constituye en uno de los soportes más importantes del desarrollo social, que asumen no solo las entidades privadas, sino también las organizaciones gubernamentales como son los municipios. Tomando en consideración que las sociedades en su conjunto vienen atravesando una serie de problemas estructurales que afectan directamente a los grupos más vulnerables que no cuentan con los mínimos recursos como para poder enfrentar la cruda realidad que se les presenta.

Uno de los aspectos que tiene que ver mucho con esta realidad es justamente la responsabilidad social que a decir de Díaz (2017), “existe un consenso mundial sobre la importancia de que las organizaciones locales y regionales implementen estrategias que permitan relacionarse con sus grupos de interés, enmarcadas en sus eventos de responsabilidad social, para la consecución trascendental de su misión institucional”. Por tal razón, desde la gestión municipal se debe tener una perspectiva pública que implique un modelo de gestión municipal, así como estrategias de calidad y estrategias de comunicación que permitan articular la relación ciudadanía – municipio.

Durante mucho tiempo se cuestiona el trabajo que desarrollan los gobiernos locales, los cuales no se encuentran en la dimensión del desarrollo organizacional enfocado en el servicio y proyectos, finanzas municipales, gobernabilidad democrática, teniendo como objetivo central el servicio de compromiso para con los grupos sociales a los cuales deben estar dirigidas las políticas institucionales de las organizaciones municipales.

La Empresa Peruana de Servicios Editoriales S.A. sobre el Reglamento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, señala que “La responsabilidad pública

es brindar la atención adecuada a los ciudadanos aplicando la transparencia con la finalidad de contribuir al desarrollo sostenible. Por tanto, resulta urgente contar con un modelo de responsabilidad social para los gobiernos locales basado en la ISO 26000, que optimice tales procesos y posibilite en gran medida la atención a la población. Este modelo permitirá desarrollar las buenas prácticas de gestión pública referidas a la responsabilidad social en cuanto a la rendición de cuentas, la transparencia, al comportamiento ético, al respeto a las partes interesadas y al respeto al principio de legalidad”.

Por su parte, la ley orgánica de municipalidades N° 27972, en su artículo IV, sostiene que los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción. De esto se desprende que hay un claro compromiso de las entidades municipales con la población a la cual representa.

Del mismo modo, Maújo (2015), refiere que las entidades públicas deben aplicar la eficiencia y la eficacia en la atención que brindan a los usuarios internos y externos, relacionarse en forma responsable con las partes interesadas procurando su desarrollo y bienestar.

Finalmente se puede establecer que las autoridades municipales no logran asimilar que el prestigio que se generan no es producto únicamente de la propaganda sino están sustentada en los hechos que directamente benefician a las comunidades, las mismas que consideran que deben ser escuchadas y atendidas en sus requerimientos y pedidos por un mejor bienestar social.

1.1.1 Diagnóstico

En función de un análisis preliminar realizado no se ha podido identificar algún trabajo de investigación referido al tema propuesto, por lo cual, a través de la investigación que se desarrolló y en función de la investigación realizada se puede establecer que la responsabilidad social en la municipalidad distrital de Túpac Amaru no es de la más adecuado, la población establece que no se cumple con atender los requerimientos vitales que tiene la comunidad del lugar, evidenciándose problemas como:

- La municipalidad distrital de Túpac Amaru no tiene un adecuado trabajo de responsabilidad social para con las diversas comunidades.
- La entidad municipal no genera espacio de interacción con las comunidades para socializar prioridades en favor de las mismas.
- El prestigio de la municipalidad ante la población de Túpac Amaru no es el más adecuado.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

¿La responsabilidad social incide en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022?

1.2.2 Problemas específicos

PE1 ¿Cómo es la responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022?

PE2 ¿Cuál es el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022?

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación Teórica

El presente trabajo de investigación tiene como propósito identificar la incidencia que tiene la responsabilidad social en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas.

La investigación se sustenta de forma teórica en base a la revisión de la literatura, como es la ley orgánica de municipalidades N° 27972, que en su artículo IV, sostiene que los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción. Este contenido establece el claro compromiso de responsabilidad social que deben asumir las entidades municipales.

Por su parte Cano-Lara y Vélez-Romero (2016), establecen que la responsabilidad social es definida como la integración de tres actores: gobierno, empresas y sociedad para mitigar la problemática de acuerdo con los ejes laboral, social, medioambiental y derechos humanos, a través de la transparencia de la relación y diálogo entre los stakeholders.

En virtud de lo señalado se establece que un correcto trabajo para la comunidad repercute directamente en un buen prestigio institucional. El resultado del trabajo nos permite tener un conocimiento más claro sobre las diversas variables, dimensiones e indicadores que se analiza con la investigación.

1.3.2 Justificación Práctica

El trabajo de investigación tiene como finalidad mostrar que la responsabilidad social que asuma la municipalidad de Túpac Amaru puede influir de manera significativa en el prestigio que presenta la referida organización municipal, por cuanto nos permite

identificar los diversos factores vinculantes con la institución que no son adecuadamente percibidos por la comunidad lo cual genera un grado de rechazo.

La investigación pretende aportar mensajes conducentes a generar cambios en el trabajo de responsabilidad que tiene la municipalidad para con la ciudadanía del distrito de Túpac Amaru.

1.3.3 Justificación Metodológica

En el trabajo de investigación se describe las variables: independiente y dependiente, para lo cual se dio uso de software e instrumentos de medición o recolección de datos como: la guía de la entrevista, el cuestionario y fichas bibliográficas, todo ello permite una adecuada sistematización y ampliación de contenidos conceptuales. Los instrumentos en referencia han sido validados con paquete estadístico SPSS versión 24.0.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Analizar la incidencia de la responsabilidad social en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.

1.4.2 Objetivos Específicos

OE1. Evaluar la responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.

OE2. Conocer el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.

1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Delimitación Espacial

La investigación se desarrolla en el distrito de Túpac Amaru, provincia de Canas, departamento de Cusco.

1.5.2 Delimitación Temporal

La investigación está delimitada temporalmente en el periodo del año 2022, por cuanto captación de información se dio en ese periodo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 BASES TEÓRICAS

2.1.1 La responsabilidad social

Carroll (1999), señala que la responsabilidad social comprende ser socialmente responsable ya que la rentabilidad y el cumplimiento de las leyes son el requisito fundamental para expresar la actuación ética de una organización y el alcance de su ayuda a la colectividad donde se encuentra constituida, sus apoyos implican la dirección de una empresa de tal manera que sea económicamente rentable, cumplidora de las leyes, ética y socialmente colaboradora. Ser socialmente responsable significa por tanto que la rentabilidad y el cumplimiento de las leyes son los requisitos primeros y principales para poder hablar sobre la actuación ética de la empresa y el alcance de su ayuda a la colectividad en donde está instalada, Por tanto, la responsabilidad social está compuesta por elementos legales, éticos, filantrópicos y voluntarios.

Hopkins (2004), sostiene que la responsabilidad social tiene por propósito tener un comportamiento ético hacia los diversos grupos de interés.

Podemos señalar que la responsabilidad social de una empresa debe ser el de crear y generar adecuados niveles de vida para las personas que de una u otra manera se encuentran vinculadas a la organización.

Friedman (1962), establece que la única y verdadera responsabilidad social de las empresas es la de generar servicios y bienes para los miembros de la sociedad, así como lograr réditos para los dueños de la empresa.

Steiner (1975), El concepto de responsabilidad social de las empresas es un espacio continuo de responsabilidades que va desde las tradicionales responsabilidades económicas de la producción y distribución de bienes y servicios, a las responsabilidades legales dictadas por el gobierno y al área de las acciones puramente voluntarias donde estarían también, por último, las expectativas sociales que van más allá de la realidad.

Hay, Gray & Gates, (1976), por su parte indican que la responsabilidad social viene a ser determinadas actuaciones que realizan las empresas para enfrentar determinados problemas que se presentan en la sociedad y que determinadas empresas contribuyen para la mejora o resolución de los problemas que pueden ser de carácter social, económico, etc.

Garriga y Melé (2004), establecen que la responsabilidad social se debe ver desde diversas teorías, como son: Las teorías instrumentales que resaltan la dimensión económica y consideran que la corporación es un instrumento para la creación de riqueza; Las teorías políticas son las que elevan el poder y la posición social de la corporación y el uso de ese poder con responsabilidad; las teorías integrativas consideran que las empresas deben incorporar las demandas sociales, debido a su interdependencia con ellas, para la existencia, la continuidad y el crecimiento; finalmente se tiene a las teorías éticas que consideran que la relación entre la empresa y la sociedad está revestidas de valores y que las empresas deben aceptar responsabilidades sociales para lograr el bien de la sociedad.

La responsabilidad social es el compromiso de las autoridades locales para con sus comunidades y sobre todo brindar el bienestar social, enfocados en dimensión económica, social y ambiental.

2.1.2 Delimitación del espacio de la responsabilidad social

Delimitar el espacio de la responsabilidad social que tiene las organizaciones, resulta siendo complejo por los amplios y extensos que son los problemas sociales que afronta hoy la sociedad y además evaluar el nivel de compromiso que pueda tener una empresa frente a los acontecimientos que tenga dentro del entorno social.

Habitualmente las empresas asumen la responsabilidad social en función a dos componentes:

- 1.- Aquellas que se sustentan en el interés económico de los empresarios y,
- 2.- Las que comprenden a la visión socialmente responsable más allá de los intereses económicos.

2.1.3 Los principios de la responsabilidad social

Romero (2010), manifiesta que los principios de la responsabilidad social son:

- a. **La rendición de cuentas:** Corresponde a toda organización realizar la declaración de cuentas ante las autoridades pertinentes, en relación a los impactos a la sociedad, la economía y el medio ambiente generados por su actividad comercial. (Romero, 2010).
- b. **Transparencia:** Toda institución le debe transparencia a la sociedad en cuanto a las acciones que realicen y tengan impacto en la sociedad y el medio ambiente, de este modo, es necesario que brinden información de manera clara, precisa y completa acerca de los manejos, decisiones y hechos de los que son responsables, inclusive de sus impactos reconocidos y posibles sobre la sociedad y el medio ambiente (Romero, 2010).

- c. **Comportamiento ético:** La conducta de una institución, debe enfocarse en valores como la honestidad, equidad e integridad, involucrando el respeto por las personas, animales y medio ambiente y la responsabilidad de subsanar el impacto de sus labores y decisiones de sus grupos de interés (Romero, 2010).
- d. **Respeto a los intereses de las partes interesadas:** Las instituciones deben respetar y responder a los intereses y necesidades de los grupos de interés. (Romero, 2010).
- e. **Respeto a la norma internacional de comportamiento:** Las organizaciones se encuentran obligadas a respetar la normatividad internacional de comportamiento, cumpliendo el principio de respeto de legalidad. (Romero, 2010).
- f. **Respeto a los derechos humanos:** Las instituciones deben respetar los derechos de las personas, reconociendo su importancia como su universalidad. Por ello, las instituciones deben fomentar el respeto de los derechos humanos y evitando tomar provecho de circunstancias cuando la ley o su implementación no provean la protección apropiada (Romero, 2010).

2.1.4 Tipos de responsabilidad social

Romero (2010), en el transcurso del desarrollo de las actividades, la responsabilidad social ha venido sufriendo múltiples adaptaciones entre las cuales podemos referir:

a.- Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La responsabilidad social empresarial viene a ser un compromiso consciente de cumplir de manera integral con los propósitos de una empresa, tanto en el ámbito interno como externo, teniendo en cuenta los propósitos económicos, sociales y ambientales de los

diversos integrantes, tomando en consideración el respeto por la gente, los valores, la comunidad y contribuyendo a la construcción del bienestar de la comunidad.

En consecuencia, las responsabilidades sociales vienen a ser una mirada integral por el respeto de las personas, sus valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, separada de los productos y servicios que esta ofrece, del grupo al cual pertenece o su dimensión.

b.- Responsabilidad Social Ambiental (RSA)

La responsabilidad social ambiental viene a ser una determinación favorable para la ecología y el medio ambiente, así como busca reducir los daños al ecosistema en general. También busca actuar en favor de la vida de las futuras generaciones.

c.- Responsabilidad Social Universitaria (RSU)

La responsabilidad social universitaria se sustenta en el compromiso que tiene las universidades para formar individuos capaces de asumir su responsabilidad con el entorno en el cual se desarrollan. Estas actividades deben generar ideas creativas que estén orientadas a generar ideas creativas y que permitan resolver los múltiples problemas sociales y ambientales que nos rodean.

d.- Responsabilidad Social Gubernamental (RSG)

En cuanto a la responsabilidad social gubernamental esta es el compromiso que asume un gobierno para promover acciones dirigidas a las grandes mayorías mediante su gestión. Estas acciones se plasman en documentos normativos diversos que van en favor del bienestar de la población.

e.- Responsabilidad Social Individual (RSI)

La responsabilidad social individual es el compromiso que una persona de manera independiente asume cumpliendo con sus compromisos para con la sociedad, de la misma forma asume su responsabilidad frente a los derechos y deberes que le confiere el lugar donde vive.

2.1.5 Dimensiones de la responsabilidad social

Carroll (2003), señala que la responsabilidad social como tal no podría sostenerse si no cuento con soportes económicos, sociales y medio ambientales, por tanto, es trascendente para una organización construir sus compromisos sociales internos y externos a partir de la integración de las dimensiones antes mencionadas.

Dimensión económica

Rojas y Szlafsztein, (2020) indica que la dimensión económica es la que permite generar un análisis mucho más detallado del espacio geográfico, de la misma manera (Olmedo, 2018) indica que la economía es un fenómeno socioeconómico que si no se sabe manejar de la manera más adecuada puede causar efectos negativos en la productividad de la organización tanto externa como internamente lo cual puede causar problemas con los trabajadores tanto en el área legal como en las actividades que cada uno de ellos realiza.

Dimensión social

Pérez Bustamante et al., (2011) menciona la dimensión social se compone de una serie de cuestiones relacionadas con la denominada cuestión social que se encarga de gestionar la actuación con los individuos, establece aspectos con los derechos humanos, la protección del consumidor, la salud, seguridad en el trabajo y los derechos laborales.

Ulla (2019), por su parte afirma que de la dimensión social es la responsabilidad que la organización y personas tienen, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad. Ferrer (2013), indica que la responsabilidad social abarca una dimensión social interna y externa; en la dimensión externa se enfoca en los grupos de interés más allá de las fronteras de la organización que abarca los proveedores, clientes, socios comerciales y las ONG defensoras del medio ambiente y comunidades locales, la dimensión interna se enfoca a las iniciativas de los trabajadores en cuanto a las actividades sociales.

Dimensión medio ambiente

La dimensión del medio ambiente implica la responsabilidad de los recursos ambientales y de la misma manera a contribuir con la preservación ecológica del medio ambiente, en la actualidad las empresas y organizaciones sin importar el tamaño y el rubro al que se dedique genera un gran impacto en el medio ambiente.

Según Ortiz (2010) indica, que estos impactos pueden ser tanto favorables (como la recuperación de bosques o humedales) como también pueden ser negativos (la generación de residuos), dentro de la responsabilidad social se considera que la empresa es responsable de minimizar los impactos negativos en el medio ambiente y potenciar los aspectos positivos.

2.1.6 Importancia de la responsabilidad social empresarial

Desde tiempos remotos se entendía que las empresas estaban hechas para generar ganancias, con el discurrir del tiempo se entendió que este no es el único fin de las empresas ya que su existencia está sujeta al comportamiento del entorno en el que se desarrolla.

Por tanto, su deber es velar por la integridad de esa sociedad con la que interacciona. Fundamentalmente, ser recíproca con ella favoreciendo a su desarrollo comunal, con la toma de diversas actividades que busquen la prosperidad de esta.

Las acciones sociales pueden fomentar el apoyo público para una corporación. Puede brindar una ventaja competitiva para la empresa. Aunque pueda representar gastos en el corto plazo, puede crear lealtad a la empresa por parte de empleados y comunidades y consecuentemente generar ganancias en el largo plazo.

2.1.7 El gobierno y la responsabilidad social

Durante mucho tiempo se ha discutido si la responsabilidad social es implícita a la existencia de las entidades gubernamentales o que su accionar obedece al ámbito estrictamente privado.

En virtud de lo antes señalado, Cano-Lara y Vélez-Romero (2016) nos indican que la responsabilidad social, es definida como la integración de tres actores: gobierno, empresas y sociedad para mitigar la problemática de acuerdo con los ejes laboral, social, medioambiental y derechos humanos, a través de la transparencia de la relación y diálogo entre los stakeholders.

La responsabilidad social gubernamental, es la capacidad de respuesta que tienen las instituciones gubernamentales hacia sus grupos de interés, a través del diseño y ejecución de políticas públicas, de forma que su responsabilidad hacia las actividades de los ciudadanos, organizaciones y empresas es tanto externa como interna (Cano-Lara y Vélez-Romero, 2016).

Se establece que uno de los grandes problemas de la responsabilidad gubernamental en Latinoamérica en especial en el Perú es el trabajo transparente hacia la población. Los diversos informes que desarrollan los gobiernos deberían ser claros y

difundidos masivamente para que la población acceder a ellos sin ningún impedimento ya sean estos positivos o negativos. Queda claro que el tema de la transparencia se constituye en el punto neurálgico para los gobiernos de turno.

Los informes de las actividades gubernamentales deberían ser más abiertos y difundidos en diversos medios para que los ciudadanos puedan acceder a ellos, sean buenos o malos. Sin embargo, este punto de la transparencia ha sido el talón de Aquiles para las democracias y gobiernos latinoamericanos.

2.1.8 Responsabilidad social y municipios

Un espacio de suma trascendencia de la responsabilidad social son las entidades municipales en quienes muchas veces recae la responsabilidad de velar por el bienestar de su comunidad.

Al respecto Pedrotti, (2011, p.131), señala, que “la responsabilidad social municipal así entendida supone crear y liderar los ámbitos de participación y discusión que permitan la búsqueda conjunta y consensuada, de soluciones estratégicas para los problemas que alteran al conjunto social local. Dichas soluciones comunes adquirirán diferentes formatos según el estado del clima social imperante. Así en épocas de convulsión será necesario cubrir necesidades básicas; en tiempos de paz social se deberá potenciar el perfil productivo propio de cada realidad comunal”.

De la misma manera, se establece que “la responsabilidad social en el ámbito municipal supone, en la actual situación, ensayar diversas respuestas. Dichas soluciones solo tendrán factibilidad y validación social si se trabaja inter institucionalmente para vincular a todos los actores comunitarios socialmente responsables en la construcción de una sociedad mejor” (Pedrotti, 2011, p.131).

También Quiñones (2013), afirma que “las empresas del sector público que logran un mayor aceptación son aquellas que incorporan métodos y procedimientos modernos de gestión que mejoran sustancialmente la eficiencia en la relación con sus proveedores”. Incorporar la responsabilidad social empresarial como un elemento central de la estrategia del conglomerado que la forma, como un conjunto de iniciativas y compromisos relacionados con el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza es de suma importancia.

2.2 PRESTIGIO

2.2.1 Etimología del término prestigio

El término prestigio, surge del latín praestigium, es la reputación, el realce o el buen crédito de alguien o algo. Antiguamente, el concepto tenía un significado negativo, falsa apariencia. La palabra prestigio, en otro contexto histórico, hacía referencia a la soberbia y la afectación. Sus orígenes etimológicos estaban vinculada al engaño y al truco.

2.2.2 Definición

Al transcurrir el tiempo la terminología prestigio adquirió connotación de carácter más asertivo. En la actualidad su acepción se refiere a nombrar la alta estima de un individuo o una organización, debido a sus obras y actitudes. Tener prestigio o ser prestigioso es algo que toda persona o entidad pretende, ya que supone una buena consideración del resto de la sociedad.

Las personas, eventos y las instituciones también pueden tener prestigio, en función a las acciones, actitudes y comportamiento que muestren en su relación con el entorno social con el que se desarrollan.

Se puede establecer que la admiración, el respeto y la confianza se combinan para que alguien se convierta en prestigioso. De todas formas, la profesión o el oficio en cuestión

también inciden en la concepción. Un plomero puede resultar confiable y una garantía de un trabajo bien hecho, pero difícilmente será considerado prestigioso a nivel social.

Vierkandt (2008), considera el prestigio como una especie de influencia injustificada de ciertos grupos de individuos; así, cuando se refiere a una influencia justificada la interpreta como autoridad.

Le Bon (2016) establece que el prestigio es una de las fuentes principales de todo gobierno; por otra parte, identificó éste como aquella clase de poder que el individuo ejerce a través de una obra o de una idea sobre el alma colectiva; y acentuó los aspectos irracionales del prestigio, mostrando que nos impide ver las cosas como realmente son.

Según la Enciclopedia Universal ESPASA CALPE de 1925; etimológicamente el término prestigio proviene del latín *praestigium*; que significa fascinación, que se atribuye a la magia o es causada por medio de un sortilegio. Engaño, ilusión o apariencia con que los prestigiadores emboban y embaucan al pueblo. Ascendiente, influencia, autoridad.

Concepto favorable que alcanza a una persona o cosa. Esplendor, majestad, pompa.

Reunión de circunstancias que atribuyen a una persona que inspira respeto y admiración.

Asimismo, no solo las personas inspiran respeto y admiración, sino también las empresas o instituciones; por la calidad de productos que ofrecen y también por el buen trato y servicio que prestan a la sociedad y su público.

De otro lado, se debe establecer que el término prestigio se utiliza para resaltar el realce y el buen crédito que tiene alguien o algo, ya que mediante esta palabra se hace alusión a la importancia que posee una persona o empresa, es lo que busca y diferencia a una persona o empresa del resto de la sociedad. Ya que mediante la expresión prestigio se tiene una buena aceptación o concepto de alguien o algo.

El prestigio para la concepción antropológica, es el “Goce de admiración y estima entre los miembros de la comunidad propia”. Esto quiere decir que, entre los miembros de una comunidad existen personas que disfrutan de admiración por sus obras o su don de gentes, por lo que son estimados y considerados como ejemplos a seguir y respetados. Se trata pues del caso de prestigio personal, que como personas prestigiosas fascinan a los miembros de su comunidad. (*Diccionario de Antropología, Ediciones Bellaterra, 1980. p.195*).

Desde el punto de vista de la psicología esta palabra tiene la concordancia con su etimología, los sentidos de falsa apariencia y de fascinación. Se le da actualmente de opinión favorable, enaltecedora, que tiene el público en general (o un sector del mismo) con relación a una persona, una institución, una profesión y un grupo. (*Diccionario de Psicología 4ta Edición, Ediciones Bellaterra, Barcelona, 1981. p.125*).

Debido a sus obras o actos, a la posición social, a la fortuna, a su capacidad en algún aspecto. El prestigio depende numerosas condiciones, es mudable y puede extenderse a un círculo más o menos amplio. Es frecuente que el prestigio alcanzado por una persona en un determinado ámbito (por ejemplo, profesional) se extiende a otros ámbitos y se generalice.

Se relaciona con el prestigio el fenómeno social de la sugestión del prestigio, es decir, la influencia sobre las opiniones, por ejemplo: ejercen personas de prestigio. Debido a ellos, una misma opinión es más o menos aceptada o rechazada y se difunde en mayor o menor grado según el prestigio del que la expone.

Una opinión favorable, enaltecedora que puede lograr una persona, institución, profesión o un grupo social debido a sus obras, a la posición social, a la fortuna, a su capacidad. Esto quiere decir que, una persona o institución de prestigio goza del aprecio de la opinión

pública y tiene influencia en comparación con otras personas o entidades: por eso pensamos que se debe hablar de prestigio personal, así como del prestigio institucional, prestigio profesional y prestigio grupal, según esta perspectiva psicológica. (DORSCH, 1981, p. 165)

Desde la perspectiva sociológica, prestigio significa “Posición o status de un individuo en la estimación pública, consecuencia del reconocimiento social de su valor” (*Diccionario de Sociología, Fairchild, 12da Reimpresión, Fondo de Cultura Económica – México 1987.p. 263*).

Al respecto, Aníbal Ismodes Cairo, dice: “El análisis complejo de la persona social, tal cual es vista y juzgada por los otros, muestra que cada individuo tiene numerosos estatus, pero solo uno de ellos es tenido por el estatus clave. Sobre él gira la buena o mala opinión, la aprobación de los demás o la desaprobación, en una palabra: Su Prestigio.

El prestigio que da el estatus clave de una persona puede referirse a su estatus político y disponer de una alta posición en el sector. (*Sumario de Sociología, Ísmodes Cairo, Aníbal. Editado Concytec, Lima, 1989, p. 64*). Según esta concepción el prestigio, es la estimación pública de la que goza una persona, como consecuencia del reconocimiento social por su fama o reputación en el estatus en el que triunfa o sobresale, que puede ser como líder, profesional o empresario.

Esta acepción también es aplicable a las instituciones o empresas porque estas constituyen precisamente, personas organizadas jurídica y socialmente, por lo tanto, son entidades que pueden merecer buena o mala opinión, aprobación o desaprobación de su gestión o sus obras por parte de la opinión pública.

En torno al prestigio el diccionario de comunicación señala: “Cualidad intrínseca de un medio que se refleja por el elevado número de su audiencia en lo cuantitativo, y en la

categoría social de los mismos en lo cualitativo. Dícese también, renombre estimación y buen criterio de que goza una persona, institución o cosa (*Diccionario de la Comunicación, Televisión, Publicidad, Prensa, Radio. De la Mota Oreja, Ignacio H. Editorial paraninfo, Madrid, 1988. Tomo 2, p. 268*).

A esta consideración de prestigio aspiran todos los medios, por eso se esmeran cada día por mejorar sus programas tanto en la radio, la televisión y los medios impresos; sobre todo informar con la verdad.

Desde el punto de vista de las Relaciones Públicas, Stafford Whiteaker, en su libro “Publicidad y Relaciones Públicas”, al referirse sobre la reputación manifiesta: “Usted tiene una reputación. Se lo gana con lo que hizo y con lo que dejó de hacer, con lo que otras personas – su familia, sus compañeros de escuela, sus amigos y la sociedad en general – opinan de Usted. Con las compañías y sus productos sucede exactamente lo mismo”. (*Publicidad y Relaciones Públicas. Whiteaker, Stafford. Editorial DIANA, México D.F. 1990. p. 83.*).

Stafford Whiteaker, en otro párrafo dice: “Las Relaciones Públicas mejoran y protegen reputaciones asegurándose que las actividades de la compañía sean comunicadas a mejorar sectores del público, así como de que estos comprendan dichas actividades, de modo que la buena opinión que tenga los otros y se establezca un círculo de Aprobación ininterrumpida. Al hacer esto, las Relaciones Públicas generan confianza tanto en los directivos como en los productos de la compañía, lo cual se traduce en credibilidad” (*Publicidad y Relaciones Públicas. Whiteaker, Stafford. Editorial DIANA, México D.F. 1990. p. 36*).

Es preciso manifestar que la reputación como sinónimo de prestigio se refiere también, a la opinión favorable que se logra en determinado ámbito social; que las relaciones públicas

en las instituciones están para contribuir y establecer aprobación y aceptación continuada de parte de los públicos, mejorando o protegiendo la reputación o el prestigio de una organización con un adecuado programa de relaciones públicas.

Por otro lado, el término prestigio, “Se denomina como categoría, reputación, conjunto de valores ganados honestamente y en función de un trabajo constante, profundo y trascendente. Las relaciones públicas contribuyen a resguardar y fortalecer el prestigio de una institución”. (*Francisco Flores Bao, “Relaciones Públicas Ciencia de la Integración Humana”. p. 21*).

Del mismo modo, Flores (2003) refiere que “prestigio es un concepto valorativo que se refiere al aprecio que uno goza ante la opinión pública”.

Por su parte Goldthorpe y Hope, hacen alusión a que las escalas de prestigio miden la bondad general de las ocupaciones y, por tanto, su deseabilidad general por parte de la población (*Goldthorpe y Hope, año 1974. p. 12*).

2.2.3 Clases de prestigio

Le Bon (2016), el prestigio nos propone fundamentalmente dos clases de prestigio: prestigio personal y prestigio institucional.

2.2.3.1 Prestigio personal

Una persona, como ser individual y particular tiene diferentes características o cualidades, de los cuales sobresale uno por encima de los demás, aspecto que incidirá en la opinión pública que reflejara su aprobación o desaprobación de sus actos u obras, sean dentro del ámbito profesional, industrial, comercial, laboral, dirigencial entre otros, de esta forma la persona se diferenciará de las demás, de acuerdo al prestigio personal que posea y que además utilizará para alcanzar sus objetivos, metas y propósitos, valiéndose de esta aceptación por parte de la opinión pública mientras exista esta aprobación.

Así mismo, el concepto de prestigio puede estudiarse bien como característica de los individuos; honor, estima, deferencia, aceptación, bien como característica o propiedad de las posiciones sociales. Nos referimos al prestigio individual o reputación, que depende de las diferentes posiciones que ocupa el individuo, de cómo las desempeña y de otras cualidades personales suyas (El Género y el Prestigio Profesional. Carmen Gómez Bueno, Universidad de Granada. p. 216).

Rosenblat, señala que a pesar de reconocer que el principio fundamental de corrección es la aceptabilidad social, considera que esa admisibilidad está condicionada por consideraciones, no sólo históricas, en el más amplio sentido del término, sino también por razones estrictamente lingüísticas: En toda comunidad se entrecruzan siempre un criterio intralingüístico de corrección y un criterio extralingüístico o social.

El primero, por cuanto que se rechazan las formas expresivas que no cumplen debidamente la función comunicativa, por falta de claridad, por ambigüedad, insuficiencia, torpeza, distracción. O las que escapan a los requisitos funcionales del sistema (El Concepto de Prestigio Lingüístico. M. Lope Blanch, Juan. p. 34).

Sobre el particular, Gregorio Fingermann, señala lo siguiente: Hay una tendencia natural, en el empleado subalterno de servir a las órdenes de un jefe prestigioso, o de aquel que en todo lo que emprende tiene éxito o por lo menos da la impresión de no haber sufrido fracaso, este prestigio y éxito son una aureola que circunda al subalterno y lo realza, que le da seguridad y valor. Así mismo se observa la preferencia por trabajar en una empresa de importancia pues entonces el empleado se siente también importante en su entorno y lo manifiesta con orgullo.

En este caso se observa de la condición y prestigio personal que vendría a ser, si el líder o jefe en un grupo social tiene prestigio, maravilla a sus subordinados con un poder

especial, para de esta forma colaboren con él. Para poder el líder o jefe conservar su prestigio necesita de éxitos continuos, de esta manera mantener la opinión favorable del grupo social hacia él, con la consecuente estimación y aprobación.

Por ende, la persona que disfruta de la aceptación, aprobación y prestigio reconocido por un grupo social y opinión pública, inspira respeto y admiración, autoridad y crédito al momento de hablar. El personaje prestigioso es influyente, celebre, famoso, conocido, virtuoso, renombrado, destacado, ilustre e importante, para los trabajadores y para la empresa o institución.

2.2.3.2 Prestigio institucional

Una institución, es un organismo de carácter público o semi público, pero también hace referencia a las organizaciones privadas o de carácter social, que supone un cuerpo directivo destinado a servir a algún fin socialmente reconocido y autorizado. La reputación, estima, renombre, fama, influencia y el crédito de las instituciones depende de la eficiencia, calidad y excelencia de los servicios que prestan a la comunidad; el prestigio de la empresa depende de la calidad de sus servicios y de los productos que ofrece. El prestigio y la buena voluntad son, simplemente el fruto de las impresiones que la gente recibe a través del local e instalaciones, el programa, las políticas, el producto y la publicidad de una institución. Si todas estas opiniones son favorables, el prestigio y la buena voluntad aumentara, si son negativas el prestigio y la buena voluntad desaparecerán” (*Manual de Relaciones Públicas. Lesly, Philip. Tomo I Ediciones Martínez Roca. Barcelona, 1969. p. 381*).

Las organizaciones se ganan la confianza, aprecio y respeto de sus públicos, con la gestión correcta y permanente del conjunto. Dicho de otra forma, expresaremos que el verdadero prestigio empresarial aprobada y desaprobada, realmente existen.

Los organismos merecen la opinión favorable de parte del público, aprecio, respeto, por sus buenas acciones y servicios que ofrecen, así como el buen trato a los usuarios. En el caso de las empresas públicas o privadas, por la calidad de los productos que ofertan a los consumidores. (*Relaciones Públicas Herramienta Básica para la Gestión Empresarial Moderna. Calderon Quino, Fernando M. Universidad Particular de San Martín de Porres, Lima, 1995. p. 57*).

Se puede mencionar que el prestigio viene a ser las posiciones sociales (profesiones, situaciones familiares, cargos políticos), que es la valoración social de esas posiciones, que a su vez depende de la valoración social de sus propiedades. Si las posiciones son profesiones, las propiedades serán la remuneración, la seguridad, los requisitos educativos, la limpieza y la autoridad.

Al respecto, Gustav Le Bon, refiere que el prestigio es una de las fuentes principales de todo gobierno; por otra parte, identificó éste como aquella clase de poder que el individuo ejerce a través de una obra o de una idea sobre el alma colectiva; y acentuó los aspectos irracionales del prestigio, mostrando que nos impide ver las cosas como realmente son.

Prestigio es, sobre todo, el resultado de las valoraciones humanas acerca de aquellas situaciones en las que nos encontramos en todo momento; es una valoración más elevada de un individuo o de un fenómeno colectivo, en comparación con otros individuos o con valores colectivos; de esta valoración procede la tendencia a apreciar ciertos factores como prestigiosos y poseedores de autoridad.

Es importante observar que estamos atribuyendo prestigio solo a los individuos y a sus categorías o grupos, mientras que la situación real tiene mayores complicaciones. Esto se

debe al hecho de que la influencia del prestigio varía cuando se aplica a ámbitos especiales.

2.2.4 Elementos del prestigio institucional

Para que una empresa o institución goce del reconocimiento y por ende del prestigio, es necesario ciertos elementos para su éxito estos son: la realidad institucional, la comunicación institucional y la opinión pública.

La realidad institucional. - Viene a ser el conjunto de rasgos físicos, condiciones objetivas y procesos que se desarrollan en una entidad, requiriendo de la intervención de la comunicación para que de esta manera se haga evidente.

Potencial humano. - Se define como lo que el hombre es capaz de hacer, el potencial que tiene una persona en su interior y obviamente dicho potencial se puede entrenar. El concepto del potencial humano es importantísimo porque hay que ser consciente de que todos tenemos un gran potencial humano y podemos utilizarlo para mejorar nuestra vida y por qué no mejorar el mundo, de hecho, desarrollar nuestro potencial humano es mejorar el mundo porque si nosotros somos mejores personas el resto del mundo lo va a notar.

Servicio. - Se entiende por servicios a las diferentes actividades que están orientadas a satisfacer las necesidades del usuario, así mismo se define como un marco en el que las actividades se realizan con el propósito de fijar una expectativa en el resultado de éstas.

Atención. - Es la prestación de servicios al cliente, es la acción y actividad que proporciona una organización para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente

obtenga el producto en el momento y lugar adecuando y se asegure un uso correcto del mismo.

Trato. - Debe entenderse como la acción y efecto de tratar (gestionar algún negocio, relacionarse como un individuo, conferir un asunto) de igual modo se le conceptúa como la relación de cortesía que se concede a una persona, también tiene que ver con la forma de comunicarse con una persona o con un grupo de individuos.

Calidad. - Es el nivel de satisfacción del cliente, es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente. La calidad es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasa sus expectativas, deseos y percepciones.

La comunicación institucional. - A de componerse en los mensajes emitidos por la institución para con la opinión pública, utilizando los distintos medios comunicacionales como son: Manual de normas, carteles informativos, notas de prensa, afiches, buzón de sugerencias, periódicos, radio, televisión e internet.

Opinión pública. - Es aquel que se utiliza para hacer referencia a las diferentes formas de expresión que una comunidad puede tener respecto de temas públicos, no privados. La idea de opinión pública existe desde hace tiempo ya, siempre que se hable de la reacción o de la forma de pensar del pueblo ante determinados eventos políticos, sociales, económicos o culturales.

2.2.5 Características del prestigio institucional

El prestigio es la aceptación o reconocimiento que goza una institución por parte de la opinión pública, también viene a ser el respeto y aprecio que goza una persona o institución por las diferentes actividades que desarrollan en favor de la sociedad, de esta manera podemos mencionar las siguientes características:

El prestigio es una categoría que evalúa y valora a las instituciones determinando el rango que se merecen dentro del contexto de la opinión pública. El prestigio de una institución se logra con el transcurso del tiempo debido al adecuado manejo del mismo.

La institución trabaja de acuerdo a las realidades y verdades debidamente contrastadas y evaluadas.

El prestigio de una institución es la opinión que resulta de la buena atención; cuyo resultado se reflejará en el aprecio y en el respeto del prestigio.

El prestigio institucional depende de permanentes procesos de influencia que puedan modificar su concepción, en razón a las acciones de la organización, por lo que es susceptible de ser desprestigiada.

2.2.6 Imagen institucional

Capriotti (2008), considera las instituciones no pasan desapercibidas en cuanto a la imagen que deben reflejar, dado que gracias a ello se identifica sus atributos y deficiencias. La imagen institucional es una lectura pública que se hace de la organización en el presente lo cual significa que la imagen se gestiona por intermedio de las comunicaciones y de la identidad organizacional. No es una cualidad inherente a la organización. La imagen institucional va mucho más allá de una lectura visualizada, ya que compromete la totalidad de los comportamientos de la organización.

Del mismo modo, Capriotti (2008), nos recuerda que la imagen institucional es “la estructura mental de la organización que se forman los públicos como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización”.

2.2.6.1 Elementos de la imagen institucional

La imagen institucional se constituye por determinados elementos que al relacionarse y trabajar en equipo contribuyen a que la marca, o el nombre de la institución se posicionen en la mente del usuario, consumidor o cliente. Entre los principales elementos se encuentra: El nombre de la organización, pues el nombre es la primera impresión que se lleva el usuario, así mismo está el logo, que debe ser comprensible y atractivo para el público, así mismo el eslogan es un elemento importante pues este debe ser una promesa sobre los beneficios del producto o servicio.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Responsabilidad social

Es un compromiso o deber de tipo moral que está vinculado a una acción o a una situación social, por su parte, es aquello relacionado con la sociedad (Schwartz y Carroll, 2003).

Un periodista también tiene un alto grado de responsabilidad social. Con su trabajo puede impulsar una tendencia que lleve a la gente a oponerse a un gobierno e incluso a pedir que renuncien las autoridades. Si se abstiene de realizar determinadas acciones.

Filantropía

Es un vocablo de origen griego que significa “amor al género humano”. Se trata de un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo a cambio. Se conoce como filántropos a los sujetos u organizaciones que suelen desarrollar proyectos solidarios.

Auditoría social

Es un proceso que permite a una organización evaluar su eficacia social y su comportamiento ético en relación a sus objetivos, de manera que pueda mejorar sus

resultados sociales y solidarios y dar cuenta de ellos a todas las personas comprometidas por su actividad.

Audiencia pública

Las audiencias públicas municipales constituyen mecanismos de rendición de cuentas cuyo objetivo es a dar a conocer la gestión del gobierno local, tanto en los aspectos presupuestales, como también a los referidos a los logros de la gestión y las dificultades que lo impidieron el cumplimiento de compromisos.

Prestigio

El prestigio es un atributo que suele ser asignado a una persona, grupo, institución o aspecto ligado a cualquiera de ellos (como un evento determinado). Esto, para hacer alusión a una buena fama, reconocimiento y/o admiración.

Respeto a los derechos humanos

Una organización debería respetar los derechos humanos reconociendo, tanto su importancia y su universalidad. Es decir, son aplicables a todos los individuos en todos los países y culturas. Sobre todo, allí donde ya sea por un vacío legal, o por prácticas inadecuadas, pueden ser vulnerados, la organización debería hacer un esfuerzo adicional por velar por ellos, respetarlos y protegerlos.

Reputación

Fombrun y Rindova (1997), la definen como una representación conjunta de las acciones pasadas de una empresa y de sus resultados que describen la capacidad empresarial para proporcionar resultados a los distintos stakeholders.

Imagen

Abratt (2011), señala que la imagen es el conjunto de significados por los que llegamos a conocer un objetivo a través del cual las personas lo describen, recuerdan y relacionan. Es resultado de la interacción de creencias, ideas, sentimientos e impresiones que sobre un objeto tiene una persona.

2.4 ESTADO DEL ARTE

2.4.1 INTERNACIONAL

1.- Aristizabal y Vélez (2016). En su tesis titulada: Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las entidades prestadoras de salud contributivas en el municipio de Tuluá, Valle del Cauca, Colombia 2016.

Objetivo: Analizar las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE), en las EPS Contributivas del Municipio de Tuluá, Valle del Cauca, durante el segundo periodo del 2016.

Conclusiones:

- Con respecto a la caracterización de las Entidades Promotoras de Salud (EPS) del municipio de Tuluá, se encontró que dichas entidades corresponden a 8 en total, las cuales atienden individuos afiliados tanto del régimen contributivo como subsidiado. Las EPS contributivas, objeto de estudio, atienden el 50,45% de la población afiliada al sistema general de seguridad social en salud (SGSSS), es decir, 106.859 usuarios.
- En lo referente a las prácticas de RSE encontradas, que aplican al sector salud, se pudo identificar, que, en mayor proporción, las entidades del sector salud, categorizando sus prácticas, se encuentran dentro de la dimensión económica de la RSE; en tanto que, las iniciativas que con mayor frecuencia se forjan dichas empresas, se enfocan al bienestar de sus grupos de interés internos, como los trabajadores, directivos y accionistas.

- Se encontró, con respecto a la descripción de los Códigos de Ética y buen gobierno corporativo de las EPS del Municipio de Tuluá, que estas, incorporan de manera acertada el contenido estructural que debe tener dicho documento, en cuanto a la descripción de la orientación de la entidad, al compromiso con los valores y principios y a la determinación de las iniciativas para con los grupos de interés.

2.- Ayazo, Patiño, Pion (2014). En su tesis: Responsabilidad social para el manejo de residuos urbanos en el municipio de Turbana - Bolívar, Caribe Colombiano. Pontificia Universidad Javeriana – Colombia.

Objetivo: Diseñar una propuesta de responsabilidad social que contribuya al mejoramiento de la gestión de residuos urbanos en el municipio de Turbana - Bolívar.

Conclusiones

- La realización de actividades de participación ciudadana para identificar la percepción de la problemática de un territorio, en un mecanismo efectivo para determinar causas, efectos, e interrelaciones que pueden facilitar la definición de estrategias y el plan de trabajo, desde la responsabilidad individual y colectiva respecto al desarrollo sostenible, y por consiguiente, las responsabilidades para con la calidad del ambiente del territorio que habitan, en relación directa con el mejoramiento de la calidad de vida de su comunidad.

- La responsabilidad social planteada según la ISO 26000, que involucra las partes interesadas desde la definición de las materias fundamentales a desarrollar que permitan el logro de los objetivos propuestos, es un buen mecanismo para lograr la apropiación de la problemática y generar el involucramiento y la participación de los actores o partes interesadas en la solución.

- Los planes de solución a los problemas ambientales no funcionarán si no hay una voluntad genuina del gobierno local, pues es quien genera la inversión pública y puede atraer la inversión privada para estos propósitos.

- Las iniciativas de visualizar la responsabilidad social como un mecanismo de mejoramiento de las condiciones ambientales y sociales de una sociedad, permiten ver y reconocer este como un mecanismo más real, local e inmediato, y no como una idea futurista e inalcanzable que se pierde en las buenas intenciones o las inversiones desarticuladas que terminan en el olvido, por no tener el sujeto responsable que mantenga en el tiempo las acciones emprendidas.

3.- Ramiro Cea Moure (2010), en su tesis: “La responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado”.

Objetivo

Establecer el valor de la responsabilidad social en las entidades bancarias de la Unión Europea.

Conclusiones:

- La delimitación de las acciones de responsabilidad social corporativa es también un tema discutido: son sólo las acciones voluntarias, motivadas exclusivamente por razones éticas y altruistas (posición radical). Otra posición más realista sostiene que también

pueden ser las actuaciones que se presentan como de interés social, donde existe un componente “oportunista” de negocio. Es esta la visión actual que pretende incorporar la RSC a la dirección estratégica de la empresa, pues supone la creación de un activo

intangibles para obtener una ventaja competitiva que mejorará la rentabilidad del capital invertido.

- Dentro de la doctrina anglosajona sobre la RSC, una corriente importante distingue los conceptos de corporación social responsable y corporación social integrada. El segundo es la respuesta proactiva que toma la empresa considerando la RSC una pieza más de la dirección estratégica y, por lo tanto, formando parte de la visión, misión, valores y objetivos.

2.4.2 NACIONAL

1.- Quispe (2017), en su tesis “Responsabilidad social y gestión del riesgo de desastres de los empleados en la Municipalidad Provincial de Ica, 2017”.

Objetivo

Determinar la relación entre la responsabilidad social y la gestión del riesgo de desastres en los empleados públicos de la Municipalidad Provincial de Ica 2017.

Conclusiones

En la investigación, se pudo hallar que según las evidencias estadísticas que existe una relación significativa entre la primera variable denominada responsabilidad social y la segunda variable llamada gestión del riesgo de desastres, tomando como población a los empleados públicos de la Municipalidad Provincial de Ica 2017; se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.774 lo que se interpreta como alta relación positiva entre las variables, con una $p = 0.000$ ($p < 0.05$); por lo que se rechaza la hipótesis nula.

2.- Ruiz (2018), en su tesis “Responsabilidad social y su influencia en gestión gubernamental en el municipio de Motupe, 2018”.

Objetivo

Demostrar que la responsabilidad social y la imagen institucional a percepción de los interesados estaban íntimamente relacionados.

Conclusiones

- El nivel de compromiso de la responsabilidad social de la municipalidad de Pátapo alcanzó una media aritmética de 87 puntos, nivel Bueno, el promedio porcentual alcanzado fue 62% nivel de bueno.

- El modelo de gestión municipal alcanzo una media aritmética de 94 puntos ubicándose en el nivel de bueno, del mismo modo el promedio porcentual logrado fue de 52% en el nivel bueno. La relación que existe entre la dimensión de compromiso con el público y la dimensión desarrollo organizacional es significativa y buena.

- La dimensión compromiso con la comunidad y la dimensión finanzas municipales la relación es buena y significativa. La dimensión de preservación del medio ambiente y la dimensión de Servicios y proyectos la relación es buena y por consiguiente, la dimensión competitividad de la empresa y la gobernabilidad democrática tiene una relación buena significativa.

- Existe una relación directa positiva sí.

3.- Armaza y Rivas (2016) presentan su tesis: “Repercusión de la responsabilidad social de la empresa Backus & Johnston en la imagen corporativa que perciben sus colaboradores del área administrativa y sus consumidores del distrito Arequipa, año 2016”.

Objetivo

Determinar la repercusión de la responsabilidad social de la empresa Backus & Johnston en la imagen corporativa que perciben sus colaboradores del área administrativa y sus consumidores del distrito Arequipa.

Conclusiones

Primera: La Responsabilidad Social de la empresa Backus & Johnston repercute positivamente en la imagen corporativa que perciben sus colaboradores del área administrativa y sus consumidores del distrito Arequipa.

Segunda: La Responsabilidad Social de la empresa Backus & Johnston tiene las siguientes características: es considerada como una empresa socialmente responsable por la totalidad de sus colaboradores y la mayoría de sus clientes. Respecto a las dimensiones de la RS según la mayoría de sus colaboradores y clientes cumple la ley con los consumidores.

Tercera: Los principales componentes de la RS de la empresa Backus & Johnston son: según sus colaboradores su responsabilidad ética y según sus clientes su responsabilidad económica y su responsabilidad ética. En cuanto a los niveles de la RS de la empresa Backus & Johnston según sus colaboradores y clientes sobresale el primer nivel, es decir valora a sus clientes.

Cuarta: Los factores que interfieren en el cumplimiento de la RS de la empresa Backus & Johnston según los colaboradores, son los intereses de los distintos grupos y según los clientes la separación entre los accionistas y la administración. Así mismo, según todos los colaboradores y mayoría de clientes el impacto social de la empresa Backus & Johnston es positivo.

Quinta: En cuanto a la responsabilidad medioambiental de la empresa Backus & Johnston según sus colaboradores prevalece el cuidado y preservación del medio ambiente y los clientes indican que no saben al respecto.

Sexta: La mayoría de colaboradores están totalmente de acuerdo con que la empresa Backus & Johnston transmite una imagen 130 creíble en la comunidad mientras que la mayoría de clientes están de acuerdo con que la empresa Backus & Johnston transmite una imagen creíble y para la mayoría de colaboradores y clientes la imagen que transmite se basa en su trayectoria.

2.4.3 LOCAL

Michael Cahua Aragón y Héctor Hugo Flores Quispe (2018). En su tesis: Prestigio institucional como factor de posicionamiento en la Cooperativa de ahorro y crédito San Pedro de Andahuaylas; sucursal Wanchaq – Cusco.

Objetivo

Contribuir al posicionamiento y mejorar el prestigio institucional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas, sucursal Wanchaq – Cusco.

Conclusiones

PRIMERA. - Los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas; sucursal Wanchaq – Cusco, no reciben capacitaciones, charlas y cursos dirigidos a sus respectivas áreas. Por otro lado, ellos demuestran su actitud favorable para participar en los planes de capacitación, fomentados por la cooperativa; a fin de mejorar su desempeño y productividad laboral.

SEGUNDA. - El uso limitado de medios de comunicación en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas; sucursal Wanchaq – Cusco, aleja de los usuarios y

potenciales usuarios; a nivel estratégico los medios de comunicación masivos, son determinante para el posicionamiento y logro del prestigio institucional; como la radio, televisión, medios impresos y sistema de folletería, que cumplen un rol importante en el proceso persuasivo de la población usuaria.

TERCERA. - La inexistencia de una Oficina de Relaciones Públicas, la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas; sucursal Wanchaq – Cusco, no permiten desarrollar interrelación entre el público interno y público externo, disminuyendo así el grado de información, orientación y promociones adecuadas; por lo tanto, resulta imperiosa la creación de esta dependencia.

CUARTA. - Los clientes cooperativistas desconocen la totalidad de servicios ofertados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Andahuaylas; sucursal Wanchaq – Cusco, dado que no existe un plan de marketing que pueda intensificar campañas promocionales, publicitarias, educativas y de captación de nuevos socios.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 HIPÓTESIS GENERAL

Ha.- La responsabilidad social influye directamente en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.

Ho. - La responsabilidad social no influye en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.

3.1.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

HPE1. La labor de responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022 es inadecuada.

HPE2. La municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022 no tiene un adecuado prestigio ante la comunidad.

3.1.3 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

Variable independiente

- Responsabilidad social

Variable dependiente

- Prestigio institucional

3.1.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	FUENTE
VARIABLE INDEPENDIENTE: RESPONSABILIDAD SOCIAL	Responsabilidad social en municipios “supone crear y liderar los ámbitos de participación y discusión que permitan la búsqueda conjunta y consensuada, de soluciones estratégicas para los problemas que alteran al conjunto social local. (Pedrotti, 2011).	Social	1. Calidad de vida 2. Necesidades materiales 3. Necesidades inmateriales 4 Aspectos demográficos 5. Interacción comunicativa	ENTREVISTA: Guía de entrevista. ENCUESTA: Cuestionario.	Autoridades
		Ambiental	1. Desarrollo socio-ambiental. 2. Conservación ecológica 3. Relación con el medio ambiente 4. Manejo de la <u>biodiversidad</u>		
		Económica	1. Bienes económicos 2. Atención de servicios 3. Generación de ingresos 4. Desarrollo de <u>Consumos</u>		
		Éticos	Transparencia y Honestidad		
VARIABLE DEPENDIENTE: PRESTIGIO	Vierkandt (2008) considera el prestigio como una especie de influencia injustificada de ciertos grupos de individuos; así, cuando se refiere a una influencia.	Cultura organizacional	1. Principios 2. Valores 3. Clima organizacional 4. <u>Comunicación</u>	ENTREVISTA: Guía de entrevista. ENCUESTA: Cuestionario.	Personal administrativo
Política Institucional	1. Organización 2. Acciones 3. Relaciones				

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 ÁMBITO DE ESTUDIO

4.1.1 Localización política

La municipalidad distrital de Túpac Amaru es una organización gubernamental que se rige en base a las normas del estado peruano y que depende política y económicamente de la misma.

4.1.2 Ubicación Geográfica

El distrito de Túpac Amaru es uno de los ocho distritos que conforman la provincia de Canas, ubicada en el departamento del Cusco en el Sur del Perú.

4.1.3 Distrito de Túpac Amaru

Historia

El distrito fue creado mediante Ley N° 9363 del 1 de septiembre de 1941, en el gobierno de Manuel Prado Ugarteche.

Geografía

Ubicada en una zona frígida, las temperaturas medias oscilan entre 8.6 °C. y 7.2 °C.

Capital

La Capital del distrito es el poblado de Tungasuca. La temporada más propicia para la visita de turismo es de abril a octubre.

División administrativa

El distrito de Túpac Amaru se divide en los siguientes Comunidades Campesinas:

1. Tungasuca (Capital)
2. Urinsaya Llalla

3. Rosasani
4. Pampahuasi
5. Toccochori
6. Huaylluta
7. Surimana
8. Ccochapata
9. Machaccoyo B
10. Ccotaña

4.1.3.1 RESEÑA HISTÓRICA

Los primeros pobladores y el territorio ocupado, que actualmente es parte de la provincia de Canas, fue en sus inicios territorio Aymara. En la etapa de formación, se estableció como uno de los grandes ayllus el de Tunkasuka, sobre el que constituye el estado K´ana, conformando un solo espacio cultural y económico cuyo centro principal lo constituyó Hatuncana o Pichiwa. La jefatura más importante o pueblo mayor de la zona, actualmente denominada Pichiwa, perteneciente a la provincia de Espinar.

Como muestra de su apogeo del Ayllu Tunkasuka se encuentran los vestigios de Machu Llaqta y Qollana, en donde se halla el cuartel general de José Gabriel Túpac Amaru en el cual se preparaba para enfrentar contra los españoles, ambos localizados en la comunidad de Qochapata del distrito de Túpac Amaru.

PERIODO INKA: Según los estudios de Luis Barreda Murillo, el Estado Inka se formó en alianza de los estados regionales de Qotakalli, Killki y Lucre. Paralelo a esta se formó el Estado regional K´ana y a partir del siglo XII los Inkas iniciaron un proceso de sometimiento de los demás estados. Los K´anas habrían sido sometidos en este proceso en forma pacífica, constituyendo parte del Tawantinsuyo. En esta etapa los territorios del Ayllu de Tungasuca (Surimana y Toccochori) eran zonas mineras y ganaderas.

PERIODO COLONIAL: Una vez establecida la base de la denominación española con su régimen de corregimiento, cambiaron de un sistema productivo agropecuario a un régimen económico de carácter extractivo. Este sistema apuntó, básicamente a la extracción de mineral de Potosí, fue este lugar donde los indígenas de la zona fueron sometidos a los trabajos forzados, lo que constituyó un poco tiempo la causa para la disminución de la población indígena que se dedicaba a la actividad agropecuaria en las haciendas y poblados de Canas y Canchis.

El 4 de noviembre del año 1780 el Curaca de Surimana, Pampamarca y Tungasuca don José Gabriel Túpac Amaru Noguera, inicia una acción rebelde que se extendió a gran parte del territorio del Virreinato peruano. El movimiento revolucionario se inicia en Canas y Canchis apresando al corregidor Antonio de Arriaga, una vez muerto el rebelde continuó por dos años la guerra civil, posteriormente a la revolución se establece el régimen de intendencias y partidos, base de la actual división entre departamentos y provincias. La actual plaza de armas de Tungasuca antes de la revolución era una de las plazas del mercado regional del Virreinato peruano, donde participaban los comerciantes de Bolivia, Argentina, Chile y Ecuador.

PERIODO REPUBLICANO: En los primeros años de la república, desde abril del año 1822 hasta octubre de 1883 Canas-Canchis, se denominó provincia de Tinta y el distrito de Túpac Amaru perteneció al territorio de Canchis. Con la ley N° 1352 del 14 de octubre de 1833 sancionado por Torre Tagle ratifica el acuerdo de la junta departamental del Cusco, donde Tungasuca pasa a conformar parte del territorio de la provincia de Canas. En 1941 por la Ley N° 9363 del 01 de setiembre es creado el distrito de Túpac Amaru cuya capital es Tungasuca.

PERIODO CONTEMPORÁNEO: Por disposición de la Ley N° 9363 de fecha 1 de septiembre de 1941 el distrito de Túpac Amaru fue creado en el gobierno de Manuel

Prado Ugarteche. El distrito de Túpac Amaru está conformado por diez comunidades campesinas: Tungasuca, Urinsaya Llalla, Rosasani, Pampahuasi, Tccoccori, Huaylluta, Surimana, Ccochapata, Machaccoyo B y Ccotaña.

Tungasuca está a 20 minutos de Yanaoca. Es fácil conseguir una movilidad (taxi) pues en Yanaoca hay gran cantidad de transporte. Tungasuca la capital del distrito, casi todas las calles están construidas las pistas y veredas. El pueblo es grande, tiene bastantes tiendas, un instituto tecnológico. Colegio: inicial, primaria y secundaria, una planta de productos lácteos muy bien montada, cabinas de internet, farmacias, etc.

EXISTEN DOS VERSIONES QUE DEFINEN EL ORIGEN DEL NOMBRE:

Tunkasuka, que significa camino, deslizamiento y vivienda (socavón) de la serpiente gigante. Actualmente existe a espaldas del cementerio del Distrito de Túpac Amaru, un socavón donde dicen vivía la serpiente, y desde allí se deslizaba a la laguna de Pampamarca y Tungasuca que se encuentra a 500 metros de la cueva.

Chunka Supay, que significa diez diablos, que dice antiguamente el pueblo de Tungasuca era habitada por diez diablos, que eran los hacendados abusivos y explotadores de Tungasuca.

Autoridades Municipales 2019 - 2022

Alcalde: Vito Suni Villavicencio, del Movimiento Etnocacerista Regional del Cusco.

Regidores:

Lucio Layme Quispe (Movimiento Etnocacerista Regional Del Cusco)

Julio Pacheco Muñoz (Movimiento Etnocacerista Regional Del Cusco)

Aquilino Muñoz Cuito (Movimiento Etnocacerista Regional Del Cusco)

Rebeca Chuquihuanca Huayllani (Movimiento Etnocacerista Regional Del Cusco)

Zenón Champi Mamani (Movimiento Regional Acuerdo Popular Unificado)

Alcaldes anteriores

2015-2018: Antonio Aráoz Enríquez del Movimiento Regional Acuerdo Popular Unificado (APU)

2011-2014: Raúl Achahui Nuñez, del Partido Unión por el Perú (UPP).

2007-2010: Honorato Ttito Quispe del partido APRA.

4.1.3.2 LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU

Dirección de la municipalidad distrital de Túpac Amaru

Municipalidad de Túpac Amaru está ubicado en la Plaza de Justicia Social de Tungasuca S/N.

Teléfono de la municipalidad 910-922122

E-mail de la municipalidad municipalidad2019tupacamaru@gmail.com

Sitio web oficial de la municipalidad No disponible

DEMOGRAFÍA DEL DISTRITO DE TÚPAC AMARU

Nombre de los habitantes (gentilicio) tupacamarista del distrito de Túpac Amaru Fecha

Valor actual Ordenados por Región / País

Población 2,523 habitantes INEI 2017.

Densidad de población del distrito de Túpac Amaru 21,42 hab/km².

NÚMEROS OFICIALES DEL DISTRITO DE TÚPAC AMARU

Código del distrito de Túpac Amaru 080508

DATOS ADMINISTRATIVOS DEL DISTRITO DE TÚPAC AMARU

- **Provincia** Canas
- **Departamento** Cusco
- **País** Perú

MEDIOS DE TRANSPORTE EN TÚPAC AMARU

Aeropuertos cercanos

Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete 86 km

TERRITORIO DEL DISTRITO DE TÚPAC AMARU

Superficie del distrito de Túpac Amaru 11 700 hectáreas 117,00 km² (45,17 sq mi) Altitud del distrito de Túpac Amaru 3,809 metros de altitud.

Coordenadas geográficas Latitud: -14.1642

Longitud: -71.4758

Latitud: 14° 9' 51" Sur

Longitud: 71° 28' 33" Oeste

Huso horario UTC -5:00 (America/Lima)

El horario de verano y el horario de invierno son los mismos que el horario estándar.

DISTRITOS QUE LIMITAN CON TÚPAC AMARU

- **Norte:** Mosocllacta, Acopia
- **Sur:** Pongoña, Yanaoca
- **Este:** Pampamarca, Yanaoca

- **Oeste:** Livitaca – Chumbivilcas

DISTRITOS VECINOS DE TÚPAC AMARU

- Pampamarca 2.5 km
- Mosoc Llacta 4.9 km
- Yanaoca 7.5 km
- Combapata 8.6 km
- Acopia 12.1 km

EL DISTRITO DE TÚPAC AMARU Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La consulta a las diversas fuentes de información de la municipalidad Distrital de Túpac Amaru nos da como resultado que las diversas instancias de esta entidad municipal no cuentan de manera precisa con documentos de gestión en torno a la responsabilidad social como tal. Existe sí, actividades diversas encaminadas a favorecer el desarrollo de la comunidad en temas económicos, sociales y medio ambientales.

LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES N° 27972

En el artículo IV sustenta: que los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción.

En su artículo VI. Promoción del desarrollo económico local. Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico local, con incidencia en la micro y pequeña empresa, a través de planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones.

En su artículo 66 sostiene; Aprobación del concejo municipal. La donación, cesión o concesión de bienes de las municipalidades se aprueba con el voto conforme de los dos tercios del número legal de regidores que integran el concejo municipal.

Ilustración 1: *Mapa del distrito de Túpac Amaru*

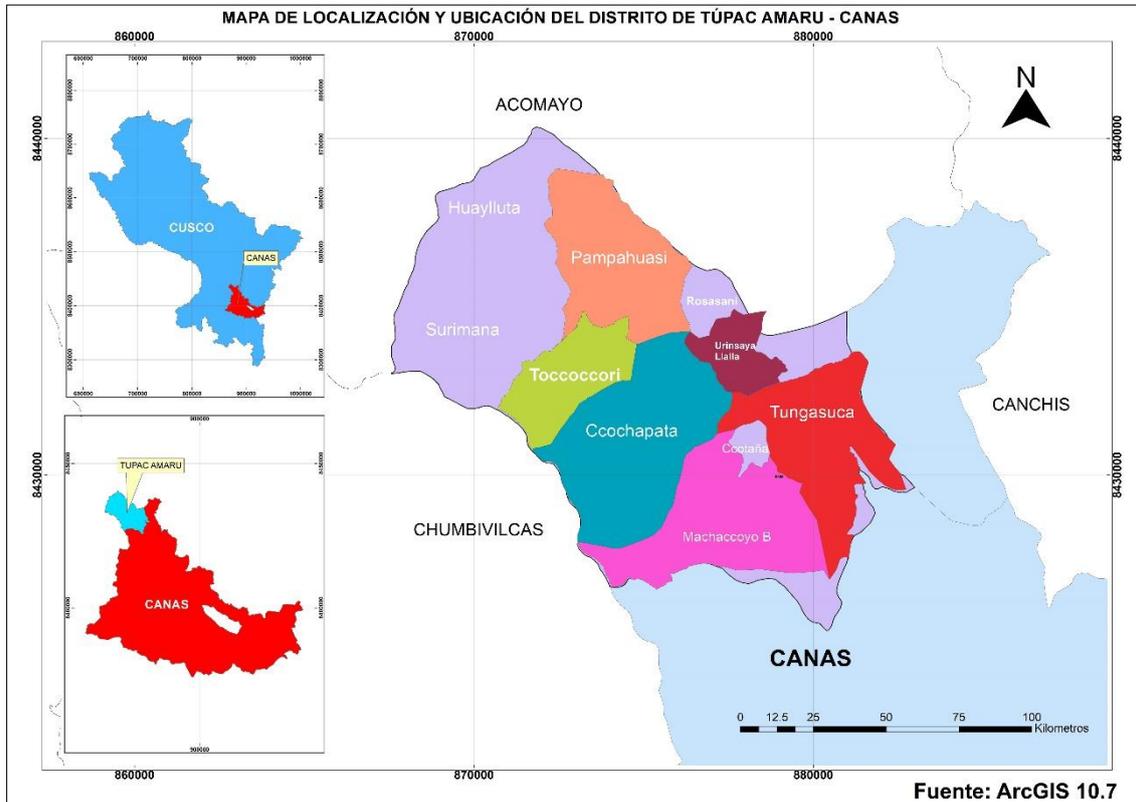


Ilustración 2: *Tungasuca capital del distrito de Túpac Amaru*



4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

4.2.1 POR LA FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1.1 Investigación explicativa

Según Hernández (2006), la investigación explicativa centra su interés en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relaciona dos o más variables.

Por su parte, Cazau (2006), señala que esta investigación va más allá a la simple descripción de la relación entre variables, se encuentra orientado a averiguar las causas de los problemas, tratando de dar una explicación de por qué ocurren, o por qué dos o más variables están vinculadas.

4.2.2 POR EL ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de un Enfoque Mixto. “Es un enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio” (Hernández-Sampieri et al., 2014, p. 30).

4.2.2.1 Cuantitativo:

Hernández (2014), Se utiliza la recolección de datos para probar las hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

4.2.2.2 Cualitativa:

Hernández (2014), Se examina la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados.

4.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1 No experimental

Hernández (2014), señala que la investigación no experimental, consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberadamente las variables, solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

4.4 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

4.4.1 Investigación descriptiva – correlacional

Sampieri (2014), refiere que la investigación busca describir fenómenos, características, perfiles de personas, procesos y cualquier fenómeno que se someta a análisis; es decir, se buscará medir y/o recolectar información de manera independiente o conjunta sobre las variables de estudio.

Es Correlacional

Refiere, Sampieri (2014), que este tipo de estudios tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables.

La presente investigación busca describir las variables objeto de estudio, para luego explicar el nivel de correlación, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y de técnicas estadísticas, se estima la correlación que existe.

4.5 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

4.5.1 Es Hipotético-deductivo

Bernal (2010), establece que la investigación hipotética-deductiva, consiste en un procedimiento que parte de una aseveración o afirmación en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, resultando de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos de la realidad. Los pasos a seguir en este tipo de investigación son, la observación, formulación de la hipótesis, y verificación de la hipótesis.

Es deductivo porque se estudia de lo general a lo específico, ya que se analiza postulados, teorías y principios referidos a la responsabilidad social y el prestigio institucional de una organización municipal.

4.6 POBLACIÓN DE ESTUDIO

Según Bernal (2010), la población son los elementos a los cuales se refiere la investigación objeto de estudio.

Para Hernández-Sampieri (2014, pág. 174) la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

De acuerdo al censo nacional de población de 2017 Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, el distrito de Túpac Amaru cuenta con una población de 2,523 habitantes. De los cuales 1,289 son varones y 1,234 mujeres. Para los fines de nuestra investigación la población considerada en el trabajo de investigación fueron los ciudadanos mayores de 18 años entre varones y mujeres. Del mismo modo, se ha considerado a las autoridades y personal administrativo de la municipalidad de Túpac Amaru.

4.7 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Bernal (2010), refiere que la muestra es parte de la población que se selecciona, de la cual se obtiene la información para el desarrollo del estudio; y sobre la cual se afectarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio.

El tamaño de nuestra muestra se estableció en base a criterios estadísticos, tomando en consideración que la investigación es de nivel descriptivo - correlacional, donde la participación del público objetivo tiene una relación directa con los objetivos de la investigación.

4.8 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra es extraída del total de los pobladores mayores a 18 años del distrito de Túpac Amaru, el mismo que se estima mediante el tipo de muestra probabilística, ya que la elección de los elementos depende de fórmulas de probabilidad, donde todos los elementos de la población de estudio tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

La muestra se ha extraído del total de ciudadanos mayores de 18 años entre varones y mujeres del distrito de Túpac Amaru, el mismo que se establece mediante el muestreo aleatorio simple, donde todos los elementos de la población de estudio tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

Tipo de muestreo: Probabilístico para poblaciones finitas. Considerando que la población mayor de 18 años entre varones y mujeres es menor a los 100.000 habitantes.

Por tanto, el tamaño de la muestra se determina aplicando la fórmula:

$$= \frac{z^2 * (N)(p)(q)}{E^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

- N= Población
- Z^2 = Intervalo de confianza 95%
- p = Probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso
- E^2 = Error
- n = Muestra

Los datos de la investigación son:

- N= 2523
- Z^2 = 1.96
- p = 0.5

- $q= 0.5$
- $E^2= 0.05$

Reemplazando los datos en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * 2523 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (5029 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 179$$

Por lo tanto, la muestra establecida para el trabajo de investigación está conformado por 179 pobladores entre varones y mujeres mayores de 18 años del distrito de Túpac Amaru.

4.9 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.9.1 Entrevistas

La entrevista se aplicó a los funcionarios de la municipalidad distrital de Túpac Amaru.

Guía de Entrevista

La investigación demanda la preparación de una guía de entrevista para tener conocimiento respecto del trabajo de responsabilidad social que se tiene en la municipalidad de Túpac Amaru y cómo influye en el prestigio de esa organización.

4.9.2 Encuesta

La encuesta se dirigió a los ciudadanos correspondientes a la jurisdicción del distrito de Túpac Amaru, provincia de Canas.

Cuestionario

La investigación contempla en la elaboración de un cuestionario estructural para los pobladores de la municipalidad distrital de Túpac Amaru, provincia de Canas.

4.9.3 Técnicas de análisis e interpretación de la información

La información obtenida en el trabajo de campo es medida mediante la escala de Likers. En cuanto al análisis estadístico se recurrió a SPSS 24.0 que nos permitió procesar los datos.

4.9.4 Técnicas para demostrar la hipótesis

Las hipótesis establecidas en el trabajo de investigación han sido evaluadas por medio de la estadística inferencial para comprobar la veracidad o falsedad de las hipótesis, donde se contrasta la hipótesis por medio del software SPSS versión 24.0.

4.9.5 Fuentes de información

Según Bernal (2010) Las fuentes secundarias son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo son referencias.

Para la presente investigación se utiliza, fuentes bibliográficas, artículos y páginas web referidas a la responsabilidad social y prestigio institucional.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

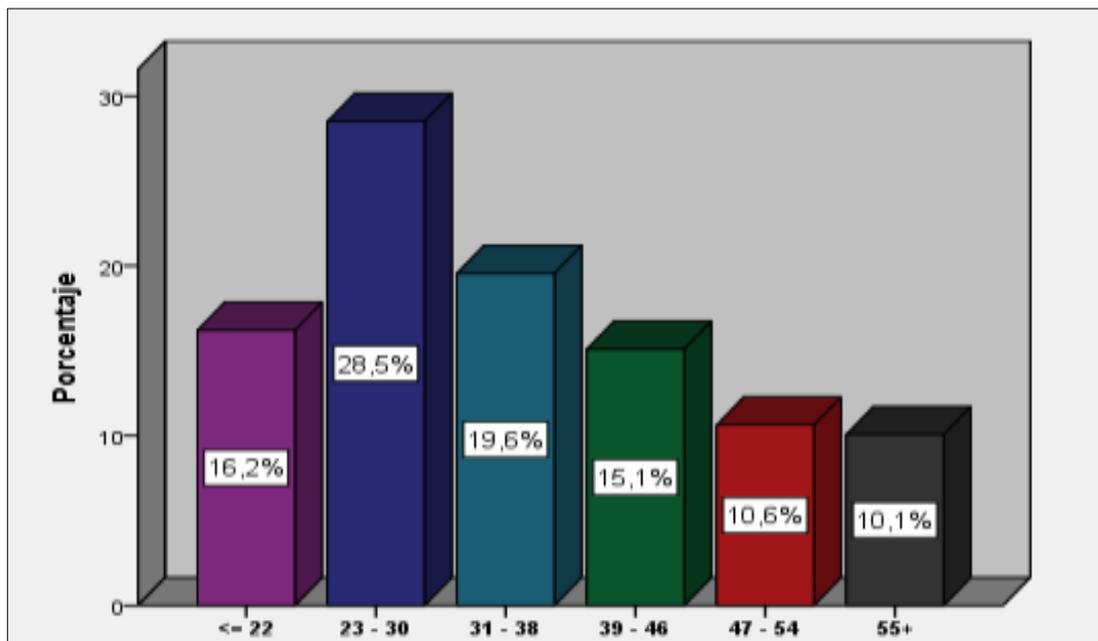
El presente capítulo está dirigido a la interpretación de los datos obtenidos en el trabajo de campo y que se presentan en forma de tablas y figuras.

Tabla 1: *Edad (agrupado)*

Edad (agrupado)				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	<= 22	29	16,2%	16,2%
	23 - 30	51	28,5%	44,7%
	31 - 38	35	19,6%	64,2%
	39 - 46	27	15,1%	79,3%
	47 - 54	19	10,6%	89,9%
	55+	18	10,1%	100,0%
	Total	179	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: *Edad (agrupado)*



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

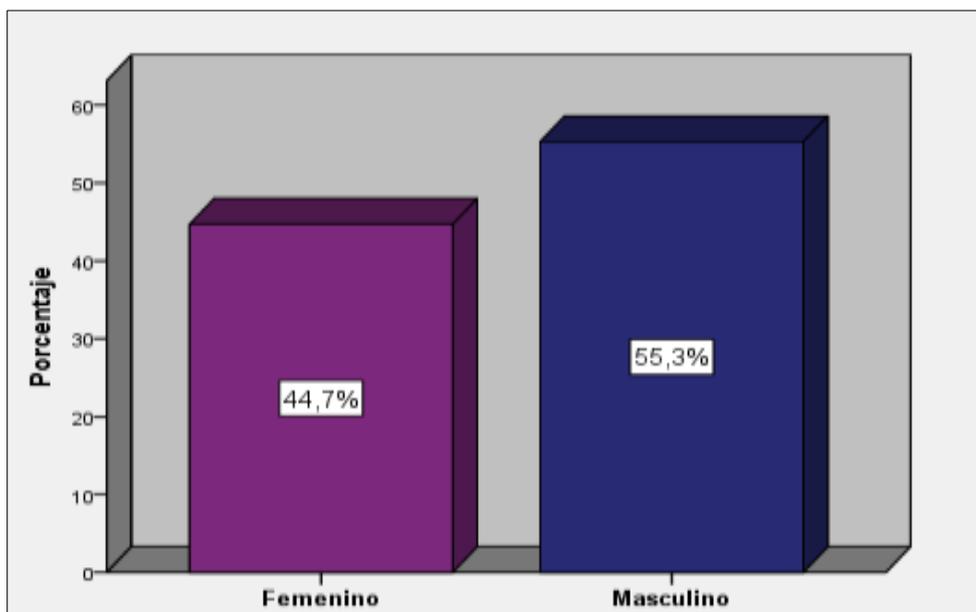
De acuerdo a la figura se establece que el mayor número de personas encuestadas en la presente investigación se encuentran entre los 23 a 30 años los mismos que constituyen en el 28.5 por ciento; mientras que el 19.6 por ciento se encuentran entre los 31 a 38 años. Por su parte el 16.2 por ciento se encuentran en el rango de edad de 18 a 22 años y el 10.6 por ciento son personas que se encuentra entre 47 a 54 años de edad.

Tabla 2: Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Femenino	80	44,7%	44,7%	44,7%
Masculino	99	55,3%	55,3%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Sexo



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

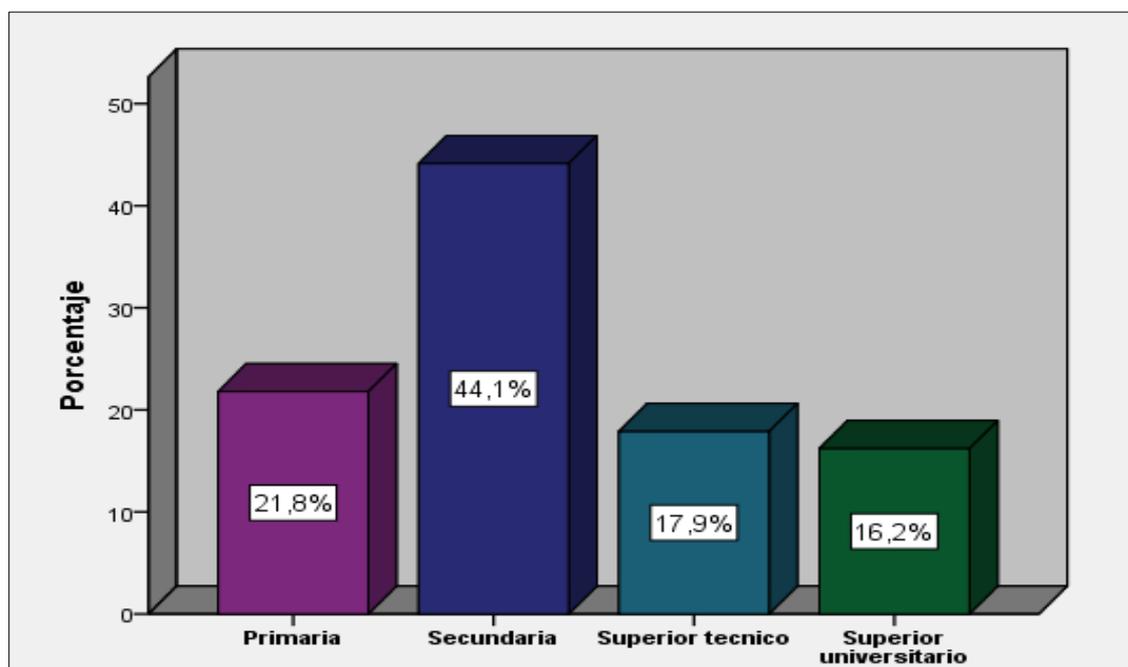
De acuerdo al resultado obtenido se observa que el 55.3 por ciento de los encuestados son masculinos, mientras que el 44.7 por ciento corresponden al género femenino dentro del trabajo de investigación.

Tabla 3: Grado académico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	39	21,8%	21,8%	21,8%
	Secundaria	79	44,1%	44,1%	65,9%
	Superior técnico	32	17,9%	17,9%	83,8%
	Superior universitario	29	16,2%	16,2%	100,0%
	Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Grado académico



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

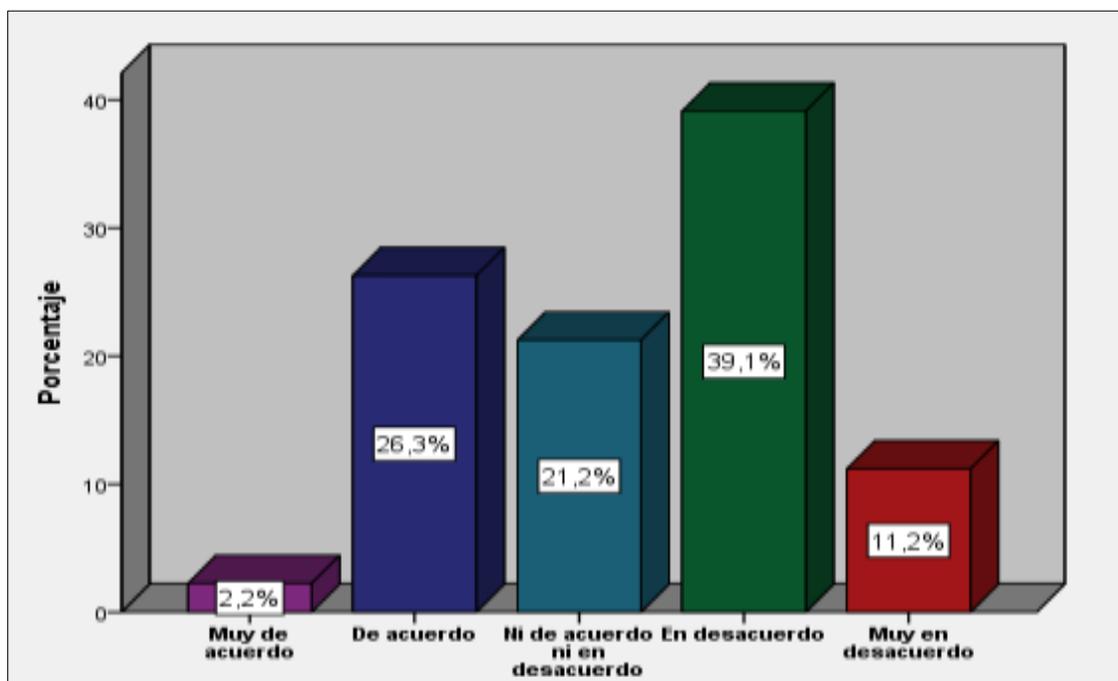
Los resultados obtenidos nos señalan que un porcentaje mayoritario del 44.1 por ciento cuenta solo con estudios secundarios, mientras el 21.8 por ciento cuenta con sus estudios primarios por su parte el 17.9 por ciento afirma tener formación superior y solo el 16.2 por ciento indica que cuenta con estudios universitarios.

Tabla 4: ¿Cree usted que la municipalidad tiene un programa de responsabilidad social para la población?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	4	2,2%	2,2%	2,2%
	De acuerdo	47	26,3%	26,3%	28,5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	21,2%	21,2%	49,7%
	En desacuerdo	70	39,1%	39,1%	88,8%
	Muy en desacuerdo	20	11,2%	11,2%	100,0%
	Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: ¿Cree usted que la municipalidad tiene un programa de responsabilidad social para la población?



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

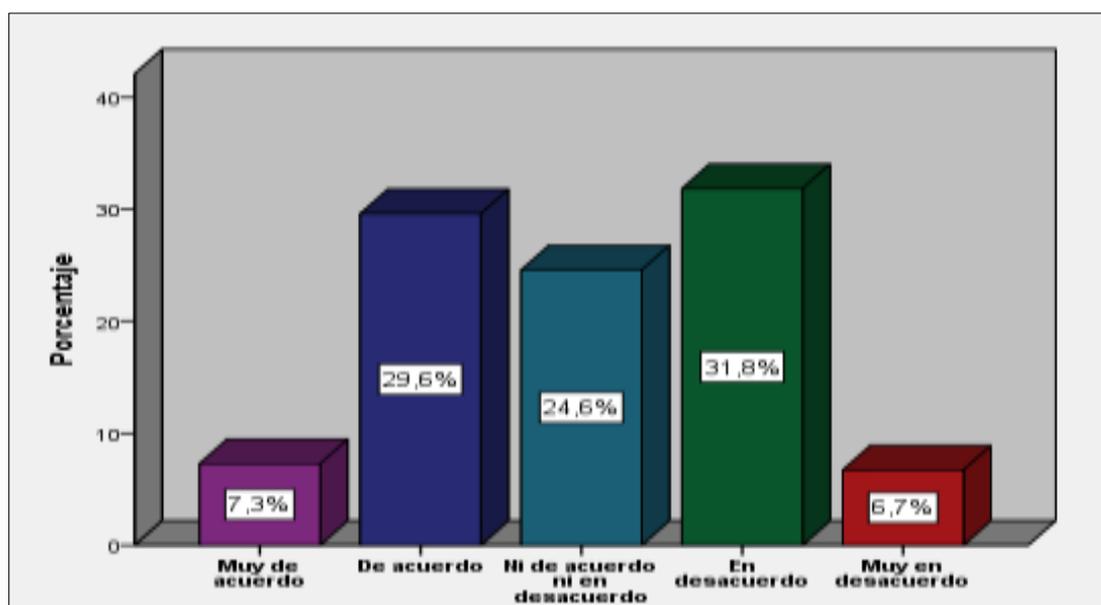
En relación a la pregunta establecida en la figura 4, el 39.1 por ciento de los encuestados señala que la municipalidad distrital de Túpac Amaru no cuenta con un programa de responsabilidad social. De otro lado, el 26.3 por ciento está de acuerdo al señalar que la entidad municipal tiene un programa de responsabilidad social. Por su parte, el 21.2 por ciento refiere que no está de acuerdo ni en desacuerdo, por su parte el 11.2 por ciento están en muy desacuerdo frente a las preguntas señaladas, finalmente solo el 2.2 por ciento está muy de acuerdo.

Tabla 5: *¿Considera que el trabajo de responsabilidad social es prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	13	7,3%	7,3%	7,3%
De acuerdo	53	29,6%	29,6%	36,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	24,6%	24,6%	61,5%
En desacuerdo	57	31,8%	31,8%	93,3%
Muy en desacuerdo	12	6,7%	6,7%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5: *¿Considera que el trabajo de responsabilidad social es prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru?*



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

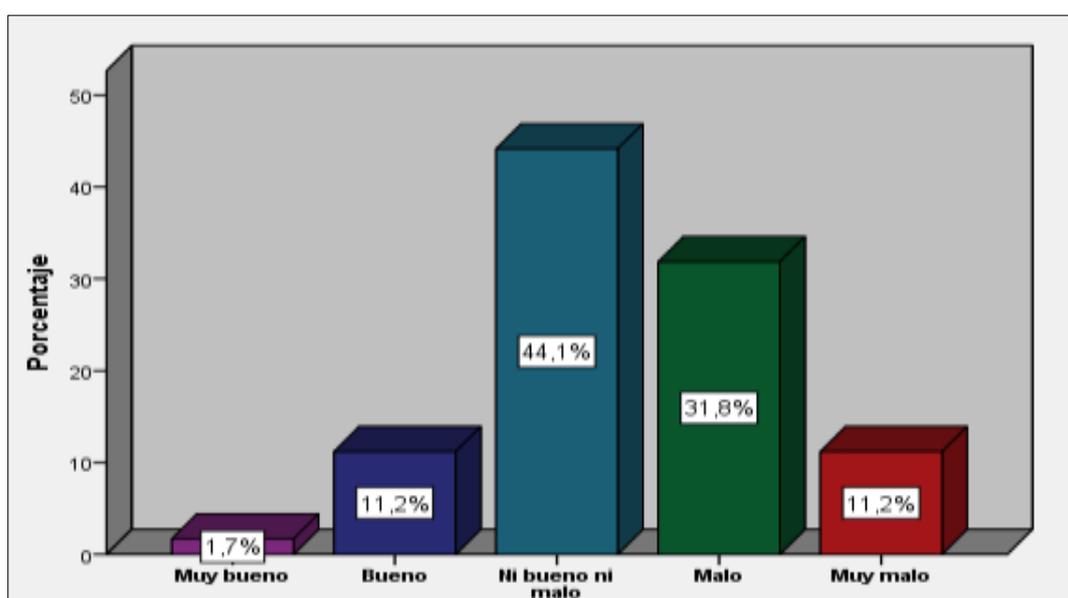
En función de la pregunta establecida en el presente cuadro el 31.8 por ciento de los encuestados considera estar en desacuerdo con que la municipalidad distrital de Túpac Amaru prioriza los trabajos de responsabilidad social para la población. Por su parte el 29.6 por ciento está de acuerdo con que la responsabilidad social debe ser una prioridad para la municipalidad; por su parte el 24.6 por ciento señala que no está de acuerdo ni en desacuerdo. El 7.3 por ciento considera estar muy de acuerdo y solo el 6.7 por ciento está muy en desacuerdo.

Tabla 6: ¿Cómo considera usted el trabajo de responsabilidad social que realiza la municipalidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcenta jeválido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy bueno	3	1,7%	1,7%	1,7%
Bueno	20	11,2%	11,2%	12,8%
Ni bueno ni malo	79	44,1%	44,1%	57,0%
Malo	57	31,8%	31,8%	88,8%
Muy malo	20	11,2%	11,2%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6: ¿Cómo considera usted el trabajo de responsabilidad social que realiza la municipalidad?



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

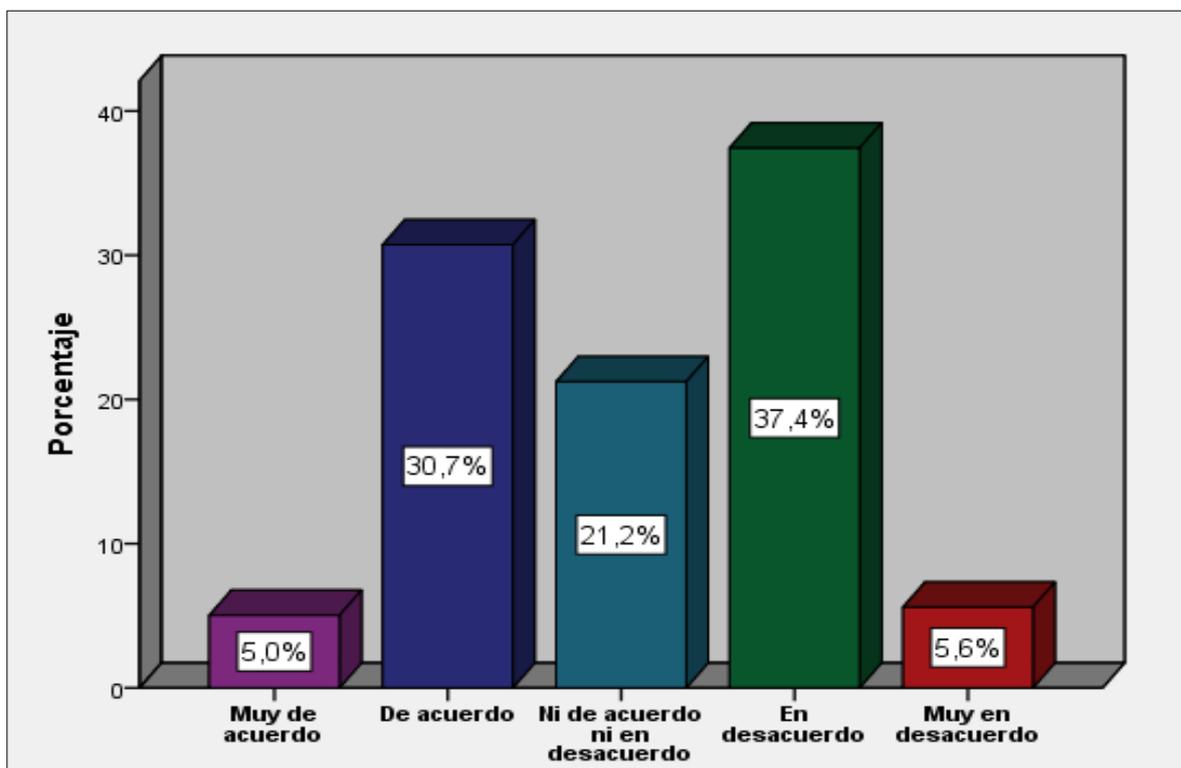
En torno al hecho del trabajo de responsabilidad social que desarrolla la municipalidad distrital de Túpac Amaru el 44.1 por ciento cree que no es ni bueno ni malo, el 31.8 por ciento considera que es malo, el 11.2 por ciento entiende que es bueno, un porcentaje del 11.2 considera que es muy malo, tan solo el 1.7 por ciento considera que es muy bueno.

Tabla 7: Las labores de apoyo social son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	9	5,0%	5,0%	5,0%
De acuerdo	55	30,7%	30,7%	35,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	21,2%	21,2%	57,0%
En desacuerdo	67	37,4%	37,4%	94,4%
Muy en desacuerdo	10	5,6%	5,6%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Las labores de apoyo social son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

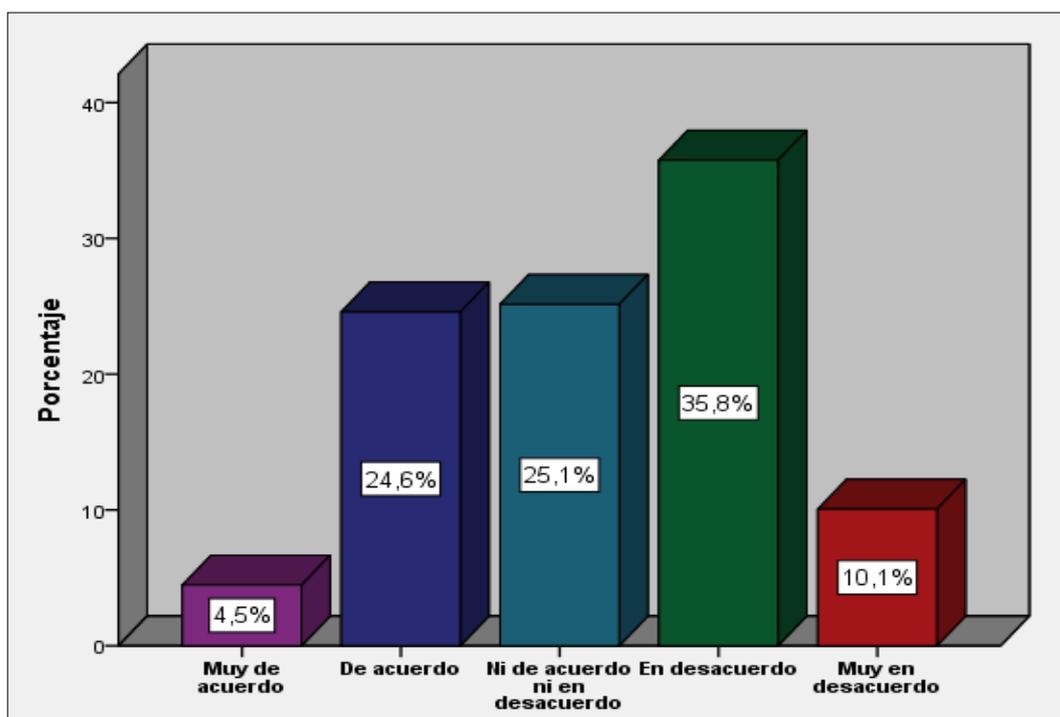
En torno a las labores de apoyo social que realiza la municipalidad distrital de Túpac Amaru los resultados señalan que el 37.4 por ciento de los encuestados considera estar en desacuerdo, por su parte el 30.7 por ciento afirma estar de acuerdo. El 21.2 por ciento estima no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.6 por ciento señala estar muy en desacuerdo y solo el 5 por ciento afirma estar muy de acuerdo.

Tabla 8: Las labores de apoyo económico son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	8	4,5%	4,5%	4,5%
De acuerdo	44	24,6%	24,6%	29,1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	25,1%	25,1%	54,2%
En desacuerdo	64	35,8%	35,8%	89,9%
Muy en desacuerdo	18	10,1%	10,1%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8: Las labores de apoyo económico son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru.



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

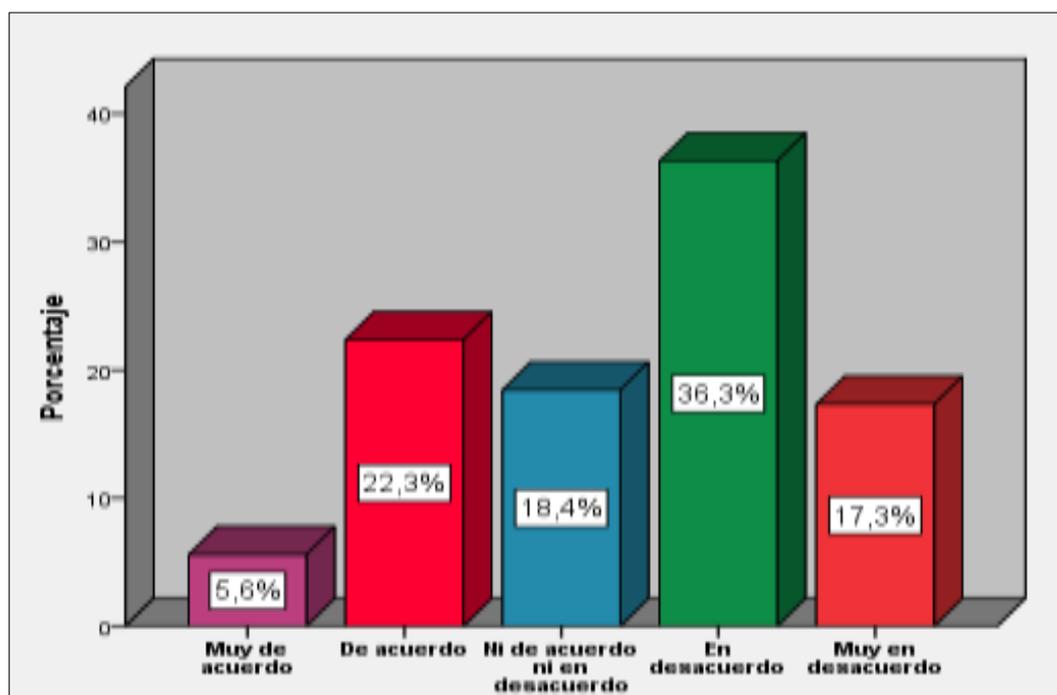
La presente figura nos señala que los encuestados en el 35.8 por ciento consideran no estar de acuerdo en que la municipalidad de Túpac Amaru considera prioritaria las labores de apoyo económico; por su parte el 25.1 por ciento no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, así mismo el 24.6 por ciento indica estar de acuerdo. Por su parte, el 10.1 por ciento refiere estar en total desacuerdo y solo el 4.5 por ciento está muy de acuerdo.

Tabla 9: Las labores de protección medio ambiente son prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy de acuerdo	10	5,6%	5,6%	5,6%
De acuerdo	40	22,3%	22,3%	27,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	18,4%	18,4%	46,4%
En desacuerdo	65	36,3%	36,3%	82,7%
Muy en desacuerdo	31	17,3%	17,3%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9: Las labores de protección medio ambiente son prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru.



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

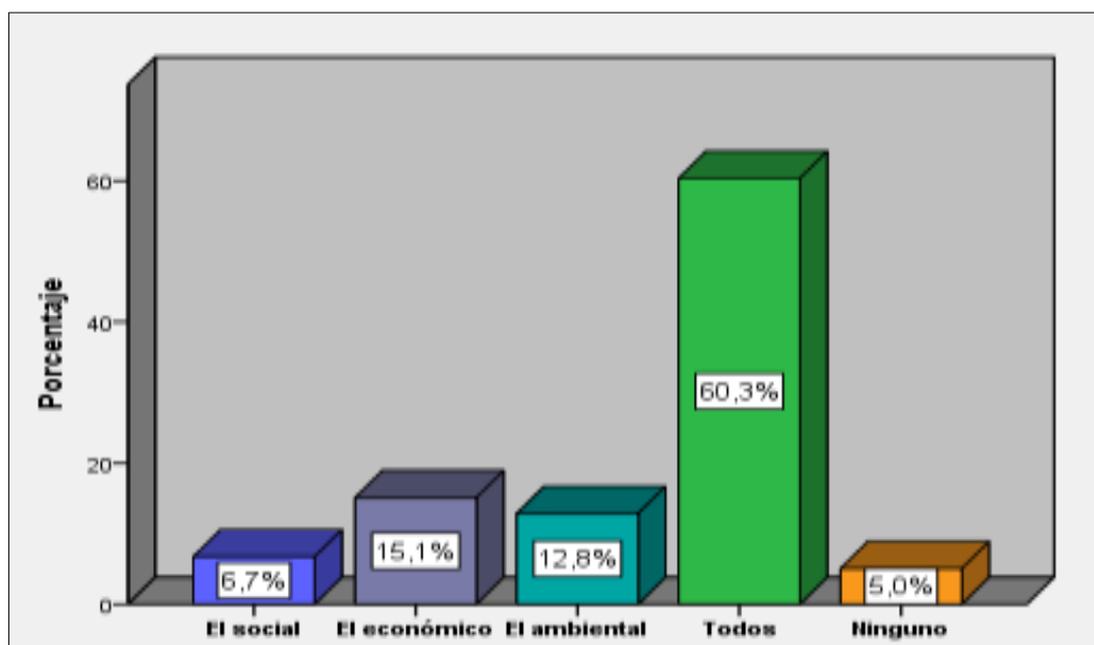
En torno a las labores de protección medio ambiental y su prioridad para la municipalidad de Túpac Amaru, los encuestados en el 36.3 por ciento indican estar en desacuerdo, el 22.3 por ciento considera estar en acuerdo, el 18.4 por ciento refiere no estar de acuerdo ni en desacuerdo; un 17.3 por ciento considera estar en total desacuerdo y tan solo un 5.6 por ciento afirma estar muy de acuerdo.

Tabla 10: De los aspectos sociales, económicos y ambientales. ¿Cuál considera prioritario para la población de Túpac Amaru?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
El social	12	6,7%	6,7%	6,7%
El económico	27	15,1%	15,1%	21,8%
El ambiental	23	12,8%	12,8%	34,6%
Todos	108	60,3%	60,3%	95,0%
Ninguno	9	5,0%	5,0%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10: De los aspectos sociales, económicos y ambientales. ¿Cuál considera prioritario para la población de Túpac Amaru?



Fuente: Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN

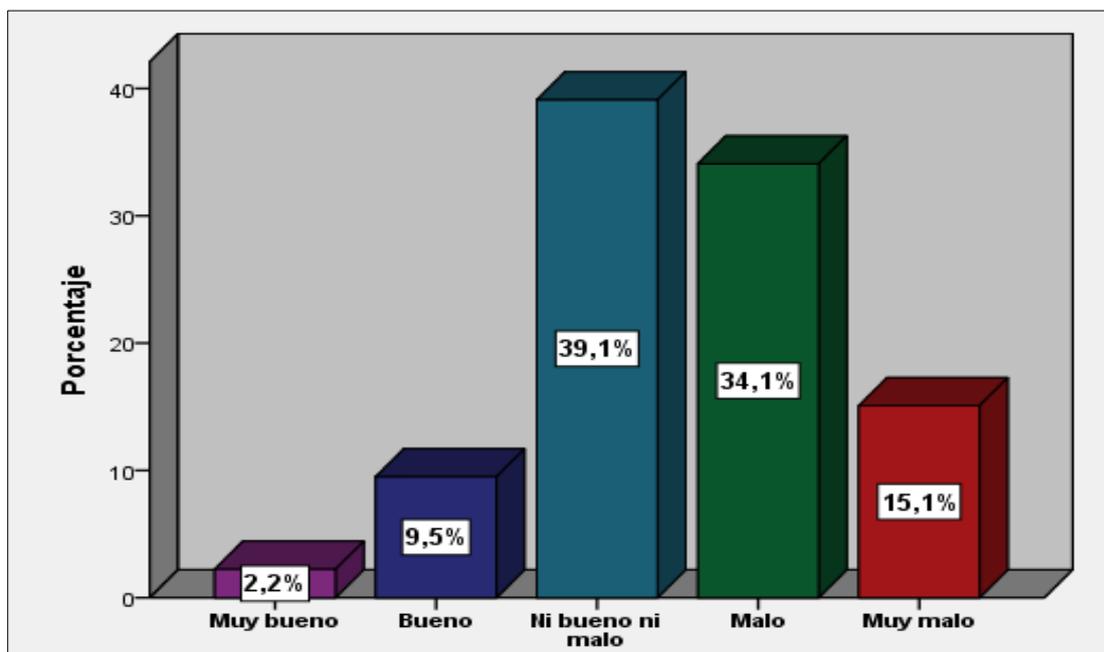
En relación a la pregunta establecida un porcentaje mayoritario del 60.3 por ciento estima que todos los aspectos son prioritarios para la población; mientras que el 15.1 por ciento que el económico es más importante; el 12.8 por ciento señala que la ambiental registra mayor importancia y tan solo el 6.7 por ciento cree que el tema social es de mayor interés por parte de las autoridades municipales, ninguno 5 por ciento.

Tabla 11: ¿Cómo considera usted el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy bueno	4	2,2%	2,2%	2,2%
Bueno	17	9,5%	9,5%	11,7%
Ni bueno ni malo	70	39,1%	39,1%	50,8%
Malo	61	34,1%	34,1%	84,9%
Muy malo	27	15,1%	15,1%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11: ¿Cómo considera usted el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?



Fuente: Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

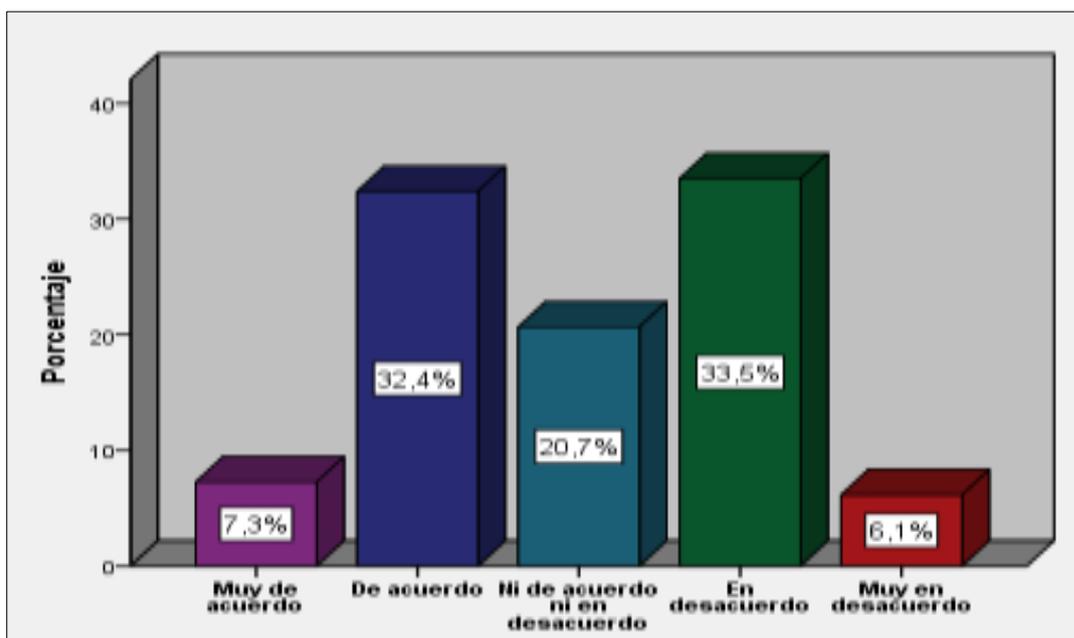
En torno a la presente interrogante el 39.1 por ciento establece que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru no es ni buena ni mala; mientras que el 34.1 por ciento afirma que esta es mala; por su parte el 15.1 por ciento señala que el prestigio municipal es muy malo. Por otro lado, el 9.5 por ciento considera que es bueno y tan solo el 2.2 por ciento manifiesta que el prestigio de la municipalidad es muy bueno.

Tabla 12: Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la atención que dan los trabajadores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaj eválido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	13	7,3%	7,3%	7,3%
De acuerdo	58	32,4%	32,4%	39,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	20,7%	20,7%	60,3%
En desacuerdo	60	33,5%	33,5%	93,9%
Muy en desacuerdo	11	6,1%	6,1%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12: Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la atención que dan los trabajadores.



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

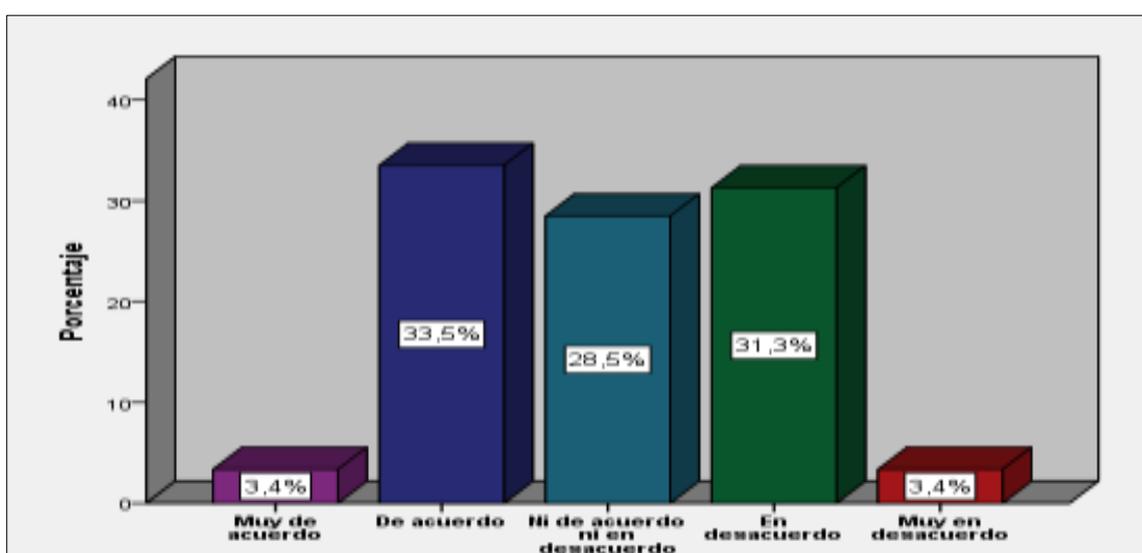
Los resultados respecto al cuadro precedente establecen que el 33.5 por ciento de los encuestados creen estar en desacuerdo respecto a que la atención que les brindan los trabajadores del municipio influye en el prestigio de la entidad edil; por su parte el 32.4 por ciento señala estar de acuerdo; por su parte el 20.7 por ciento no está de acuerdo ni en desacuerdo; el 7.3 por ciento de los encuestados está muy de acuerdo; finalmente el 6.1 por ciento está en desacuerdo con que el prestigio depende del trato que se recibe de los trabajadores.

Tabla 13: Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la imagen que presenta el local.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy de acuerdo	6	3,4%	3,4%	3,4%
De acuerdo	60	33,5%	33,5%	36,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	28,5%	28,5%	65,4%
En desacuerdo	56	31,3%	31,3%	96,6%
Muy en desacuerdo	6	3,4%	3,4%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13: Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la imagen que presenta el local.



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

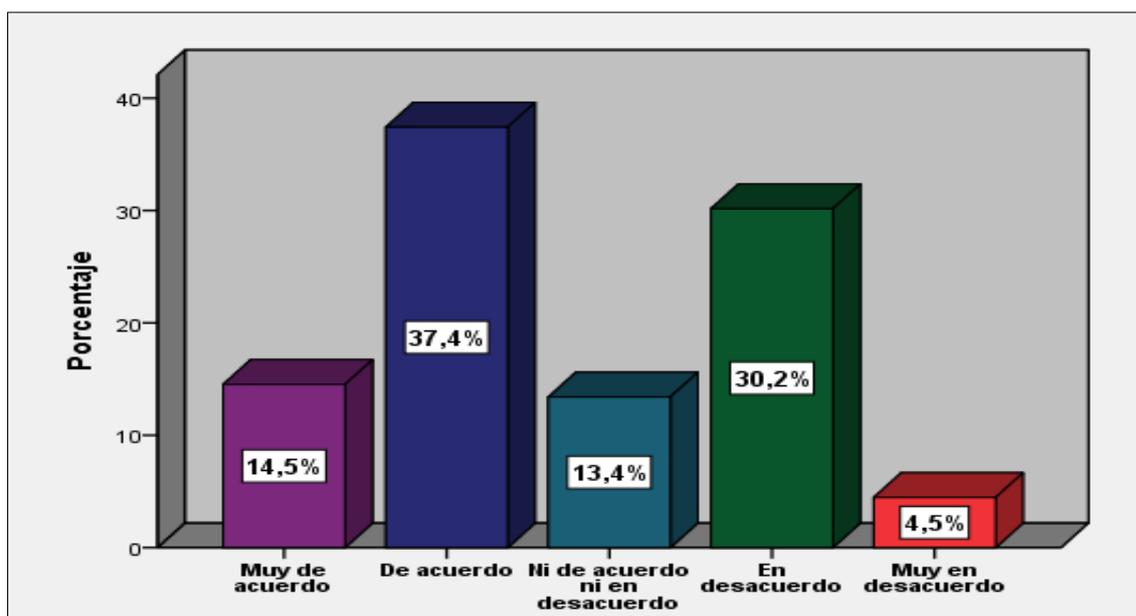
Los resultados del presente cuadro refieren que el 33.5 por ciento de los encuestados considera estar de acuerdo que la imagen que presenta el local genera la imagen que proyecta la entidad municipal; mientras que el 28.5 por ciento no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta establecida; el 31.3 por ciento considera estar en desacuerdo; por su parte el 3.4 por ciento está muy de acuerdo y en igual porcentaje está muy en desacuerdo.

Tabla 14: Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del trato que ofrece el alcalde a la población.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy de acuerdo	26	14,5%	14,5%	14,5%
De acuerdo	67	37,4%	37,4%	52,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	13,4%	13,4%	65,4%
En desacuerdo	54	30,2%	30,2%	95,5%
Muy en desacuerdo	8	4,5%	4,5%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14: Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del trato que ofrece el alcalde a la población.



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

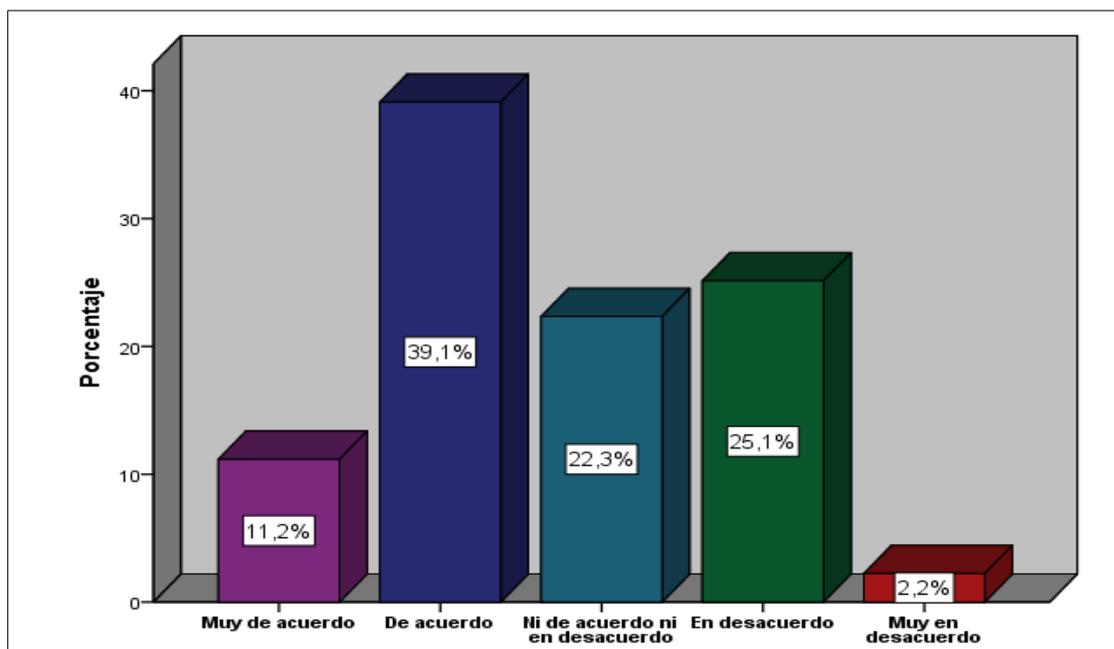
En cuanto a la influencia que tiene el trato que ofrece el alcalde en el prestigio institucional los resultados nos indican que el 37.4 por ciento está de acuerdo; por su parte el 30.2 por ciento está en desacuerdo; mientras que el 14.5 por ciento cree estar muy de acuerdo; únicamente el 4.5 por ciento está muy en desacuerdo con que el trato de la autoridad edil incide en el prestigio de la municipalidad.

Tabla 15: *Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo social que se da a la población.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	20	11,2%	11,2%	11,2%
De acuerdo	70	39,1%	39,1%	50,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	22,3%	22,3%	72,6%
En desacuerdo	45	25,1%	25,1%	97,8%
Muy en desacuerdo	4	2,2%	2,2%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15: *Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo social que se da a la población.*



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

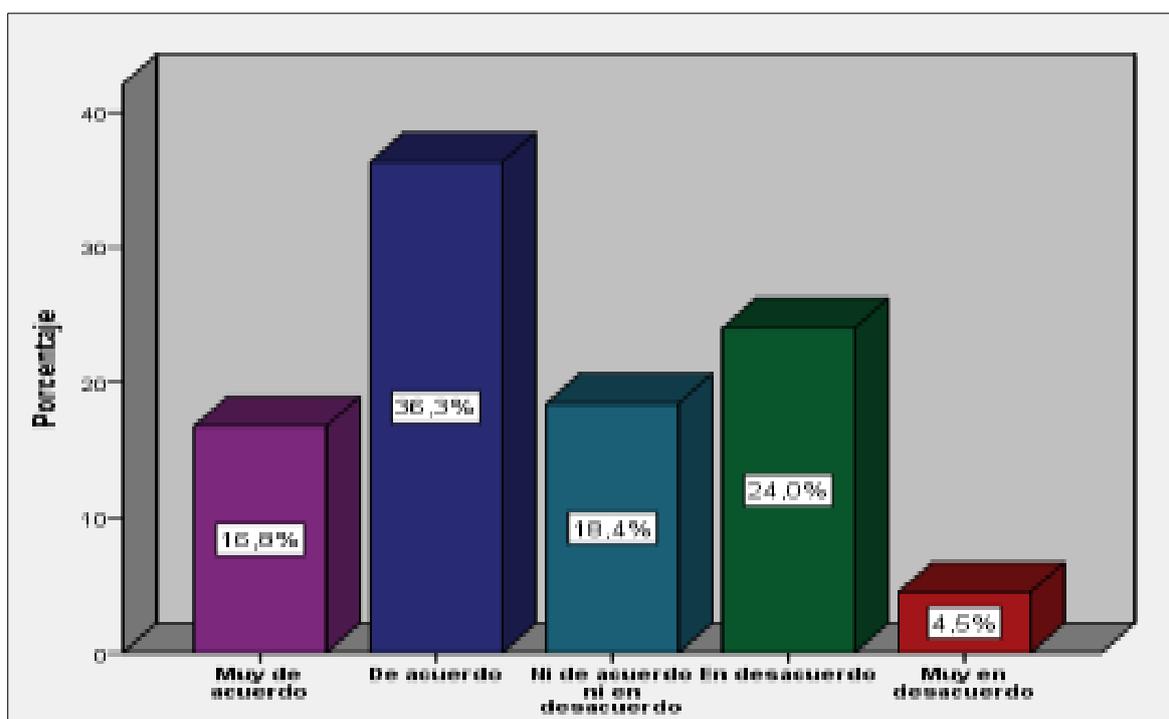
Frente a la pregunta del cuadro en referencia los encuestados manifiestan estar de acuerdo en el 39.1 por ciento; por su parte el 25.1 por ciento indica estar en desacuerdo y el 22.3 por ciento afirma que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo; Por otro lado, el 11.2 por ciento indica estar muy de acuerdo y tan solo el 2.2 por ciento está muy en desacuerdo.

Tabla 16: *Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo económico que se da a la población.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	30	16,8%	16,8%
	De acuerdo	65	36,3%	53,1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	18,4%	71,5%
	En desacuerdo	43	24,0%	95,5%
	Muy en desacuerdo	8	4,5%	100,0%
	Total	179	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16: *Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo económico que se da a la población.*



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

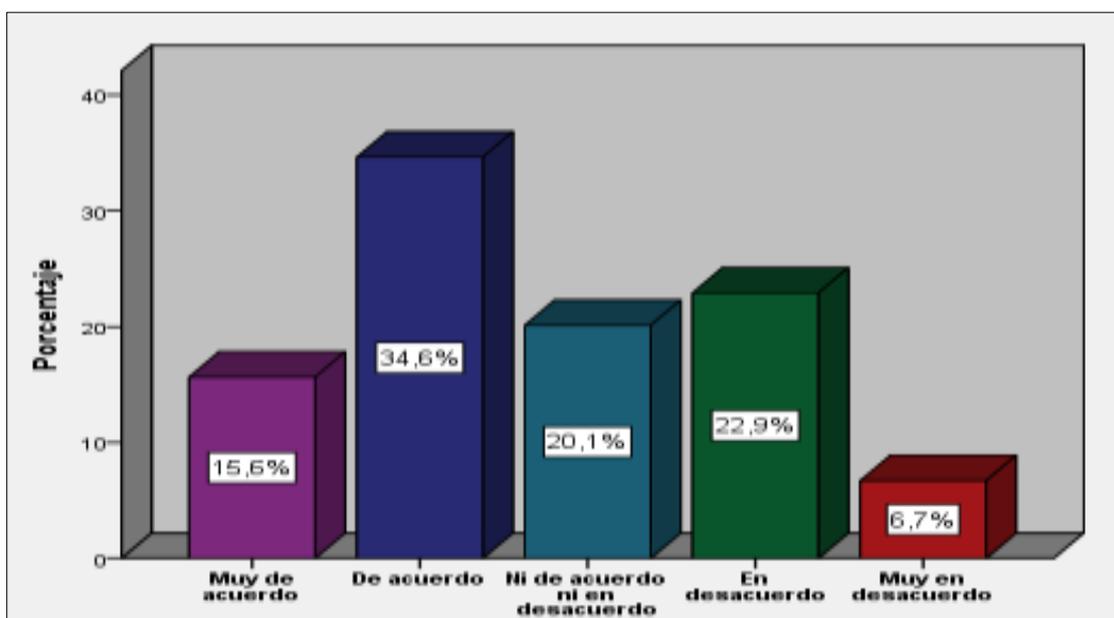
En cuanto a la incidencia que tiene el apoyo económico en el prestigio de la municipalidad que tiene el distrito de Túpac Amaru, la población encuestada manifiesta en un 36.3 por ciento que está de acuerdo; un porcentaje menor del 24 por ciento está en desacuerdo y el 18.4 por ciento considera que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por su parte el 16.8 por ciento está muy de acuerdo con que el apoyo económico influye en el prestigio institucional y solo el 4.5 por ciento está muy en desacuerdo.

Tabla 17: *Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la protección al medio ambiente.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy de acuerdo	28	15,6%	15,6%	15,6%
De acuerdo	62	34,6%	34,6%	50,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	20,1%	20,1%	70,4%
En desacuerdo	41	22,9%	22,9%	93,3%
Muy en desacuerdo	12	6,7%	6,7%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17: *Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la protección al medio ambiente.*



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

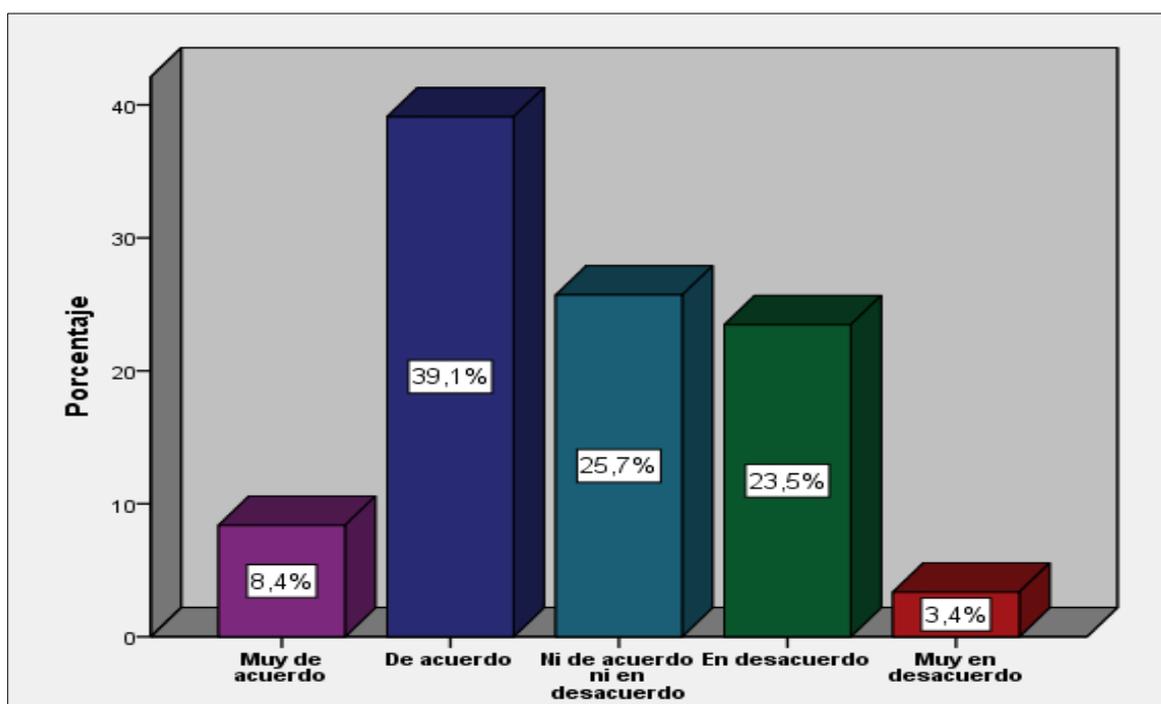
De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que el 34.6 por ciento de los encuestados está de acuerdo que el prestigio de la municipalidad de Túpac Amaru depende de la protección del medio ambiente; por otro lado, el 20.1 por ciento no está ni de acuerdo ni en desacuerdo; mientras que el 22.9 por ciento está en desacuerdo y el 15.6 por ciento indica que está muy de acuerdo. Tan solo el 6.7 por ciento está muy en desacuerdo.

Tabla 18: Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la publicidad que realiza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	15	8,4%	8,4%
	De acuerdo	70	39,1%	47,5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	25,7%	73,2%
	En desacuerdo	42	23,5%	96,6%
	Muy en desacuerdo	6	3,4%	100,0%
	Total	179	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la publicidad que realiza.



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

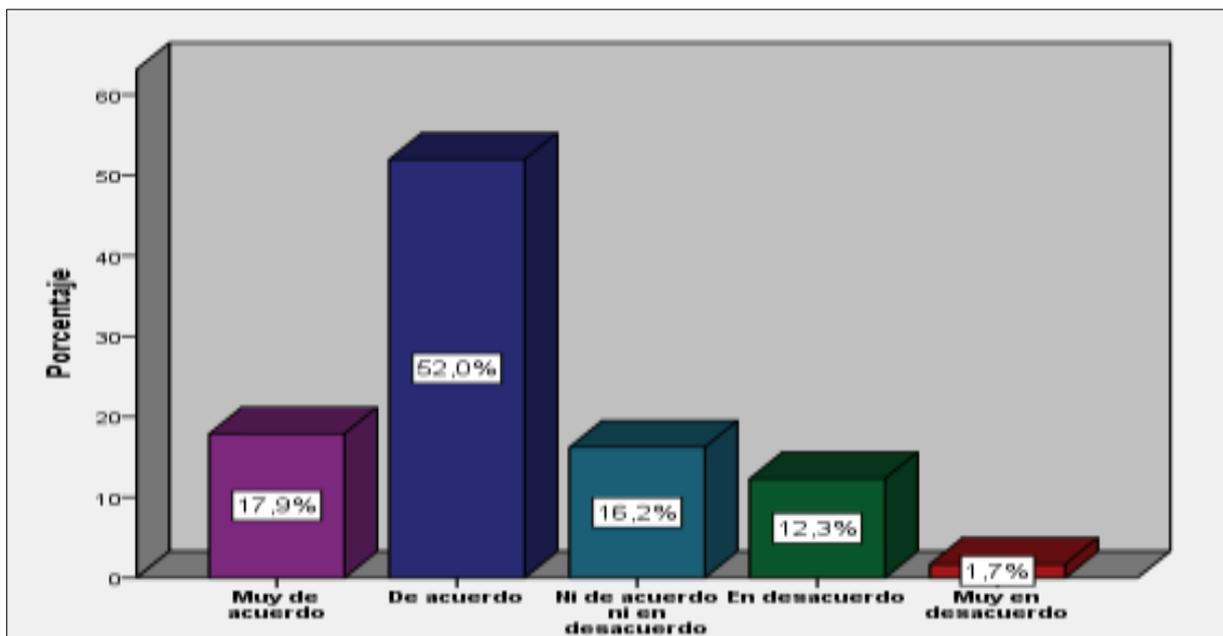
En virtud de los resultados de la presente figura el 39.1 por ciento de los encuestados señala estar de acuerdo con que el prestigio de la municipalidad depende de la publicidad que realiza. El 25.7 por ciento no está ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 23.5 por ciento considera que está en desacuerdo; el 8.4 por ciento considera estar muy de acuerdo y el 3.4 por ciento afirman estar muy en desacuerdo.

Tabla 19: *Considera que el trabajo de responsabilidad social que hace el municipio mejora el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Muy de acuerdo	32	17,9%	17,9%	17,9%
De acuerdo	93	52,0%	52,0%	69,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	16,2%	16,2%	86,0%
En desacuerdo	22	12,3%	12,3%	98,3%
Muy en desacuerdo	3	1,7%	1,7%	100,0%
Total	179	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19: *Considera que el trabajo de responsabilidad social que hace el municipio mejora el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru.*



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN:

Los resultados de la presente figura indican que el 52 por ciento de los encuestados considera estar de acuerdo que el trabajo de responsabilidad social que hace la municipalidad distrital de Túpac Amaru incide en el prestigio; por su parte el 17.9 por ciento considera estar muy de acuerdo; mientras que el 16.2 por ciento no está ni de acuerdo ni en desacuerdo; a su vez el 12.3 por ciento está en desacuerdo y solo el 1.7 por ciento cree estar muy en desacuerdo.

Entrevista a las autoridades de la municipalidad distrital de Túpac Amaru Canas Cusco.

Entrevista

Nombre: Vito Suni Villavicencio

Profesión: Profesor

Ocupación: Alcalde de la Municipalidad Distrital de Túpac Amaru

Gestión: (2019 - 2022)

1. ¿Considera que su gestión está comprometida con los trabajos de responsabilidad social?

Como alcalde tenemos la tarea de trabajar en bien de la sociedad, nos hemos proyectado en varios ejes, saneamiento básico en diferentes comunidades, sistema de riego tecnificado, educación y salud son proyectos que tienen que cerrar brechas y/a futuro tiene que mejorar la calidad de vida del poblador en ese sentido nosotros tenemos varios proyectos.

Nos hemos comprometido con varios temas aun cuando éramos candidato, la capital del distrito no contaba con una cancha sintética carecía de a nivel de la provincia de Canas lo hemos cumplido, restauración de la casa de Túpac Amaru, también tenemos el trabajo de restauración del templo San Felipe a través del ministerio de Cultura, en salud por ejemplo la posta de salud de Tungasuca se va a construir nueva infraestructura en barrio Quehuar de Tungasuca nos hemos trazado de proyectos sostenibles.

2. ¿En qué aspectos de la responsabilidad social incide su gestión?

Buscamos una gestión a través de proyectos sostenibles, en vías de comunicación se va ejecutar asfaltado de Pampamarca – Tungasuca – Surimana a través de proyecto Plan Copesco motivo por el cual Tungasuca es un pueblo histórico que tiene recursos que donde el turismo puede visitarnos a esta hermosa tierra y las vías de comunicación son importantes,

porque el turismo va a traer desarrollo, movimiento económico es decir va a dinamizar la economía del poblador del distrito y de las comunidades.

3. ¿Cómo cree que es el prestigio de la municipalidad ante la comunidad de Túpac Amaru?

En los últimos años las municipalidades han perdido ese prestigio cuando lo vemos que hay mucha corrupción, y ahora la población ha perdido la credibilidad de sus autoridades, nosotros nos hemos comprometido con la población de dejar bien nuestra gestión porque detrás mío hay jóvenes profesionales que mañana van a tener esa ilusión de ser autoridad y dirigir a su población y nosotros lo hemos hecho, nosotros tenemos documentos que están de acuerdo a la norma en ese sentido nosotros queremos que se recupere ese prestigio y queremos que la municipalidad que siga siendo confiable a la población.

4. ¿Considera usted que la responsabilidad social influye directamente en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?

De todas maneras, influye si una autoridad actúa de buena forma la población va a creer, esa imagen queremos recuperar y lo estamos dejando con buena imagen a la municipalidad distrital de Túpac Amaru para las siguientes gestiones luego será la tarea de ellos que el día 2 de octubre van a ser elegidos por la voluntad popular.

En la presente entrevista al alcalde distrital se evidencia que el trabajo y gestión que realiza la municipalidad distrital de Túpac Amaru, incide en el prestigio de dicha entidad, mostrando los que realizan deben estar enmarcadas con una atención y calidad de vida adecuada, a través de proyectos sostenibles y aumentar el desarrollo social, económico y ambiental.

Así también la municipalidad distrital de Túpac Amaru, el prestigio que proyecta a la ciudadanía ha ido desapareciendo y que definitivamente las obras y la buena gestión incide en el prestigio.

5.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Producto del trabajo de investigación desarrollado se presenta los resultados obtenidos, los mismos que tienen una importante relación entre los objetivos de la investigación y las variables señaladas que comprenden la responsabilidad social y el prestigio institucional. En principio la hipótesis establecida ha podido ser ratificada demostrándose que si existe relación directa entre las variables señaladas.

En primera instancia se establece que el 52.0% de los encuestados considera que la responsabilidad incide directamente en el prestigio que proyecta la municipalidad ante la comunidad. De la misma forma los diversos componentes de la responsabilidad social como son las acciones medio ambiental, económico y social juegan un rol muy importante en la valoración que tiene el trabajo municipal al momento de ser evaluado por la población usuaria.

La investigación desarrollada encuentra concordancia con los resultados obtenidos por Ruiz (2018), en su tesis “Responsabilidad social y su influencia en gestión gubernamental en el municipio de Motupe, 2018”. La investigación tenía el objetivo demostrar que la responsabilidad social y la imagen institucional a percepción de los interesados estaban íntimamente relacionados, sus conclusiones establecen que: el nivel de compromiso de la responsabilidad social de la municipalidad de Pátapo alcanzó una media aritmética de 87 puntos, nivel bueno, el promedio porcentual alcanzado fue 62% nivel bueno. Así como, el modelo de gestión municipal alcanzó una media aritmética de 94 puntos ubicándose en el nivel bueno, del mismo modo el promedio porcentual logrado fue de 52% en el nivel bueno.

Se identifica también relación con la investigación de tipo descriptivo correlacional de Ruiz (2018) “Responsabilidad social y su influencia en gestión gubernamental en el municipio de Motupe”. La investigación demuestra la relación de la responsabilidad

social en relación a la gestión gubernamental municipal. De la misma manera, se sostiene que existe relación entre la responsabilidad social y la imagen institucional de acuerdo a los análisis de los usuarios demostrándose que se presente un nivel regular entre ambos componentes.

En cuanto al primer objetivo específico se concluye que el trabajo de responsabilidad social que desarrolla la municipalidad no es muy bien visto por la población ya que solo el 1.7% afirma que es muy bueno mientras que el 44.1% dice que no es ni bueno ni malo.

En torno al segundo objetivo específico los encuestados refieren que el prestigio municipal no es ni bueno ni malo el 39.1% y el 34.1% entiende que el prestigio de la entidad edil es malo.

En virtud de lo señalado se concluye que el trabajo de responsabilidad social que implica actividades sociales, económicas, medio ambientales y éticas que realiza la municipalidad distrital de Túpac Amaru redundan de forma directa en la construcción del prestigio institucional por cuanto la población visibiliza que la responsabilidad social debe ser un trabajo prioritario que redunde en el bienestar de la población en general.

Por lo tanto, la responsabilidad social en el ámbito municipal supone dar soluciones a las distintas problemáticas de la realidad social y así tener la aceptación social, trabajar entre instituciones para vincular actores comunitarios socialmente responsables con una adecuada atención a la comunidad.

CONCLUSIONES

PRIMERA: La responsabilidad social para la población del distrito de Túpac Amaru tiene importante incidencia en el prestigio que presenta la entidad edil. Esto se refleja cuando 52.0% de los pobladores del distrito manifiestan estar de acuerdo con esta relación; mientras que un mínimo porcentaje de la población establece no estar de acuerdo con la influencia de la responsabilidad social en el prestigio que tiene la municipalidad.

SEGUNDA: Se concluye que el trabajo de responsabilidad social que desarrolla la municipalidad distrital de Túpac Amaru no se evidencia de forma clara, entendiendo que la responsabilidad social se encuentra estrechamente relacionada con las necesidades y requerimientos de la comunidad. El trabajo de campo establece que un reducido porcentaje de los encuestados cree que la municipalidad cuenta con plan de responsabilidad social.

TERCERA: En cuanto al prestigio institucional la investigación nos señala que la municipalidad distrital de Túpac Amaru no tiene un adecuado prestigio ante la comunidad por cuanto se indica que el 39.1% de la población encuestada entiende que el prestigio no es ni bueno ni malo; mientras que 2.2% cree que es muy bueno y el 15.1% entiende que el prestigio que presenta la gestión municipal es muy malo.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: La organización municipal debe priorizar sus actividades orientadas a favorecer el desarrollo social, económico y medio ambiental que se traduce en lo que llamamos responsabilidad social, el mismo que influye de forma directa en el prestigio que se genera la entidad municipal. Asumir compromisos con la población buscando su bienestar tiene una relación directa con lo bueno o malo que tiene el trabajo de las autoridades municipales.

SEGUNDA: La responsabilidad social debe ser la prioridad de la municipalidad distrital de Túpac Amaru, por cuanto la ciudadanía considera como una necesidad prioritaria la promoción de actividades que tiene que estar vinculadas con el desarrollo social, económico y medio ambiental de la población que espera de la gestión municipal ser beneficiados en sus requerimientos básicos.

TERCERA: La gestión municipal debe desarrollar diversas estrategias comunicativas encaminadas a difundir de manera periódica cada una de las actividades que se desarrollan con la finalidad de hacer posible la visibilización del trabajo que se realiza, el buen manejo de difusión incidirá directamente en la construcción del prestigio institucional que tiene la municipalidad distrital de Túpac Amaru.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenas Ramírez, A. (s.f.). Gestipolis. Obtenido de Teoría de la comunicación empresarial: [https://www.gestipolis.com/teoria-la-comunicacion empresarial/](https://www.gestipolis.com/teoria-la-comunicacion-empresarial/)
- Banco Central de Reservas del Perú. (2016). Banco Central de Reservas del Perú página oficial. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Cusco/cusco-caracterizacion.pdf>
- Berlo, D. (2005). Comunicación Organizacional Interna. Madrid: Netbiblo.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales). Bogotá: PEARSON.
- Brandolini, A., Hopkins, N., & González Frígoli, M. (2009). Comunicación interna: claves para una gestión exitosa. Buenos Aires: La Crujía.
- Caballero Romero, A. (2014). Metodología integral innovadora para planes y tesis.
- Calderón, R., Barriga, O., Henríquez, G. y Morin, J. (2015) Predictores asociados con variaciones en prestigio ocupacional entre estudiantes universitarios en Chile. Recuperado, agosto de 2021. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v77n4/0188-2503-rms-77-04-00555.pdf>
- Cano A. J. (2019). Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial en Empresas Micro Financieras, Caso: Anónimas. Tesis profesional.

Universidad Nacional de San Agustín. Recuperado de:
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8685>

Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. p. 10.

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito de las organizaciones. México, México: Interamericana Editores.

Chiavenato, I. (2009). Gestión del Talento Humano (3ra Edición ed.). México: Mc Graw- Hill.

Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos. México: Editorial Mc Graw Hill.

Collins, J., & Porras, J. (2004). *Construir la visión de su empresa. Gestión del Cambio*. (C. H. Business, Ed.) Buenos Aires: Deusto.

Crawford C. (1995). Líderes transformacionales de apoyo social. Prescripción para la Gestión del Estrés Organizacional. España: Universidad de España.

Del Águila Díaz, W. (s.f.). Administración de recursos humanos. Lima.

Dorsch, M (2007), “Lo que las metáforas obran furtivamente: El prestigio y sujeto” en Forum: Qualitative social Research. Vol 8, n°2, Art 12. [En Línea]. Disponible en:
<http://www.qualitativeresearch.net/index.php/fqs/rt/printerFriendly/246/543>

EAE Business Schol. (13 de enero de 2017). Medios y canales para la comunicación interna. Obtenido de

<https://www.eae.es/actualidad/noticias/medios-y-canales-para-la-comunicación-interna-corporativa>.

Fernández Collado. (2005). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.

Figueroa, S. (16 de noviembre de 2013). Concepto de organizaciones. Campus virtual de la Facultad de ingeniería de la Universidad Nacional de Jujuy. Obtenido de http://www.campus.fi.unju.edu.ar/courses/SPJ0001320082AP018/docuet/A.D.S.I_2013_APU_2008/UNIDAD_III/concepto_de_organizaciones.pdf?cidReq=SPJ0001320082AP018

Flores, F. (2013). “Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa”. 4ta Edición. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas, España.

Freeman, R. E. (1984). A Stakeholder Approach to Strategic Management». SSRN Electronic Journal. Recuperado de: <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>.

Garriga-Vázquez, D. y Melé-Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. España. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW. ISSN 1698-5117, N°. 38, 2013, págs. 14-31

Goldhaber, G. (1999). Comunicación Organizacional (8va Edición ed.). México: Editorial Diana.

Harold Koontz, H. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. México: MC Graw Hill Educación.

- Hay Gray – Gate F. (2014). Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/2816/281632446005.pdf>.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación. México DF: MC. Graw Hill Education.
- Hopkins J. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Gestión En La Organización Pranha S.A. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de:
<http://bdigital.unal.edu.co/12095/1/7711507.2013.pdf>
- Ibáñez Machicao, M. (2002). Relaciones Públicas en los negocios. Lima: San Marcos.
- Ismodes, G (1981) Espíritu, persona y sociedad. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0. Colombia: Ediciones de la U.
- Leal Jiménez, A., & Quero Gervilla, M. (2011). *Manual de Marketing y Comunicación*. Andalucía: Atalaya.
- Lesly, J., & Torres, C. (2014). El prestigio social de las profesiones tecnológicas.
- Likert, R. (1968). El Factor Humano en la Empresa. México: Trillas.
- Lite, M. (2000). Gestión de la comunicación interna en las organizaciones. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Litwin, G., & Stringer, R. (1968). Motivation and organizational Climate. Boston.

- Llaneza Álvarez, J. (2009). Ergonomía y Psicología aplicada. Manual para la formación del especialista. Lex Nova.
- Lope, L. R., & Jorrat, J. R. (1991). Escala argentina de prestigio ocupacional. *Desarrollo Económico*, 30(120), 573. <https://doi.org/10.2307/3466894>
- López, M., & Chacón, F. (1999). *Intervención Psicosocial y Servicios sociales*. Madrid: Síntesis. México D.F.: Cengage Learning.
- Ocampo Villegas. (2007). *Humanizar la comunicación*.
- Organización Mundial de la Salud. (2004). *Protección de la Salud de los Trabajadores. La Organización del Trabajo y el Estrés*, 37.
- Pedrotti, R. (2010). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas. *Diario Responsable*. Recuperado de: <https://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidadsocial-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>.
- Peri, P. C. (2009). *Branding Corporativo: Fundamentos para la Gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. (C. d. Empresa, Ed.) Santiago, Chile.
- Peter, B. (1992). *Effective Employee Communications*.
- Prieto, D. (1985). *Diagnóstico de comunicación: Mensajes, instituciones, comunidades*. Quito: CIESPAL.
- Quiñones, A. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial (1ª ed.)*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

- Rebeil M, A., & Ruiz C. (2000). El poder de la comunicación en las organizaciones. Quito: Paza y Valdés.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). Comportamiento Organizacional (13° ed.). México: Person Educación.
- Romero V. N. (2016). Influencia de la responsabilidad social empresarial sobre la lealtad de los clientes intermediarios de colpac en el estado de nuevo León. Tesis de maestría. Universidad de Montemorelos.
- Schein, E. (1984). La cultura empresarial y el liderazgo. Madrid: Plaza y Janes Editores. Soca, R. (2011). Correctores en la Red. Obtenido de <http://correctoresenlared.blogspot.com/2011/06/etimologia-de-la-palabra-digital.html>
- Sospedra, R. (2016). Diccionario de Marketing, Seo y Sem. Valencia: Rafasospedra. Tanenbaum, A., & Wetherall, D. (2012). Redes de Computadoras. México: Pearson. Torvá Jordan, A. (2003). Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad. Ugaz, M. (2016). Comunicación Estratégica. El Marketing de Contenidos en el Perú.
- Stafford, R. (2007), “El concepto de intersubjetividad en Alfred Schutz” en Espacios Públicos, 2007, vol 10, n° 020, pp 228-240
- Steiner, M. (2018). ROI: qué es el Retorno sobre la Inversión y cuál es su fórmula. Recuperado de: <https://www.rdstation.com/es/blog/roi/>.
- Universo Interior. (23 de abril de 2013). Clima Laboral positivo. Obtenido de Universo Interior: <https://univerinterior.wordpress.com/>

Valero Pastor, J., Carvajal Prieto, M., & García Avilés, J. A. (11 de junio de 2019).

Flujos de trabajo para el periodismo postindustrial: métodos y programas para una comunicación organizacional más ágil y transversal. El profesional de la información, 11.

Vargas Aguilar, M. H. (2015). La influencia de comunicación interna en el fortalecimiento organizacional de la empresa Ichi Perú Sur SAC. Arequipa.

Vierkandt, E. (1979) El prestigio de las carreras universitarias. Central de apuntes de la Dirección General Estudiantil. Pontificia Universidad Católica de Chile.

Villafañe Gallego, J. (1993). La gestión de la comunicación interna en imagen positiva. Madrid: Pirámide.

Watzlawick, P. (1971). Teoría de la comunicación humana. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Wikiblog Colaborativo. (2013). Wiki Culturalia. Obtenido de Wiki Culturalia:
<https://educavital.blogspot.com/2013/04/plataforma-virtual.htm>

ANEXOS

Anexo N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL PRESTIGIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU PROVINCIA DE CANAS 2022

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿La responsabilidad social incide en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022?.	Analizar la incidencia de la responsabilidad social en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.	<p>Ha.- La labor de responsabilidad social incide directamente en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.</p> <p>Ho.- La labor de responsabilidad social no incide en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.</p>	<p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">RESPONSABILIDAD SOCIAL</p>	<p style="text-align: center;">Sociales</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de vida 2. Necesidades materiales 3. Necesidades inmateriales 4. Aspectos demográficos 	<p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: DESCRIPTIVO-CORRELACIONAL</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: NO EXPERIMENTAL</p> <p>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN: CUALITATIVO</p> <p>CUANTITATIVO</p> <p>POBLACIÓN: Ciudadanos de Túpac Amaru</p> <p>MUESTRA: Probabilístico por conveniencia 179 ciudadanos</p> <p>25 Colaboradores de la institución</p> <p>INSTRUMENTO: *Cuestionario *Entrevista</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS		<p style="text-align: center;">Ambientales</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos naturales 2. Procesos ecológicos 3. Relación con el medio ambiente 4. Biodiversidad 	
¿Cómo es la responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022?.	Evaluar la responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.	HPE1. La labor de responsabilidad social de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022 es inadecuada.		<p style="text-align: center;">Económicas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bienes 2. Servicios 3. Ingresos 4. Consumos 	
¿Cuál es el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022?.	Conocer el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022.	HPE2. La municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022 no tiene un adecuado prestigio ante la comunidad.	<p style="text-align: center;">VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">PRESTIGIO</p>	<p style="text-align: center;">Cultura organizacional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principios 2. Valores 3. Clima organizacional 	
				<p style="text-align: center;">Política Institucional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización 2. Acciones 3. Relaciones 	

Anexo N° 2: CARTA DE PRESENTACIÓN

Cusco, 25 de mayo de 2023

Señor:

Dr. Cosme Wilbert Medina Salas

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto.

Nos es muy grato dirigirnos a usted para expresarle saludos cordiales y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachilleres de la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y siendo requisito la validación de los instrumentos para poder desarrollar nuestra investigación, nos ponemos en contacto con su persona para poder solicitar la evaluación de nuestros instrumentos propuestos para nuestro estudio de investigación dada su experiencia y destreza en el tema, gracias a la cual obtendremos el grado académico de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación.

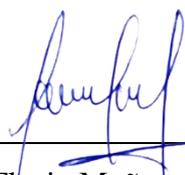
El título de nuestro proyecto de investigación es **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL PRESTIGIO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE TÚPAC AMARU PROVINCIA DE CANAS 2022”**, siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de comunicación organizacional e investigación científica.

El expediente de validación adjunto al presente, contiene:

- Cuestionario

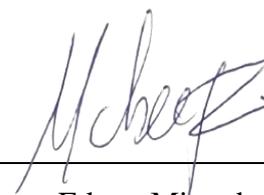
Reiterando nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Br. Flavio Muñoz Apaza

DNI: 47241078



Br. Roberto Edwar Miranda Chanco

DNI: 45976866

Anexo N° 3: FICHA DE VALIDACIÓN

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: DR. COSME WILBERT MEDINA SALAS
- 1.2. Cargo o institución donde labora: Docente – UNSAAC
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Validación de instrumento
- 1.4. Autor del instrumento: Flavio Muñoz Apaza y Roberto Edwar Miranda Chanco

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

N°	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades.		X			
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.		X			
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez del contenido y criterio.		X			
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones.		X			
5	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque se aplica el test-retest (piloto)			X		
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas.		X			
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular.		X			
8	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.		X			
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.			X		
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado.		X			

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Muy Bueno

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado

SI

SI

Observaciones:

Continuar con la investigación, cuidar de la gramática

En consecuencia, el instrumento (SI) puede ser aplicado

V. NOMBRE Y APELLIDO DEL JUICIO DEL EXPERTO:

DR. COSME WILBERT MEDINA SALAS

VI. CARGO O ESPECIALIDAD DEL EXPERTO:

Docente Principal de la Facultad de Comunicación Social e idiomas

Firma del experto

DNI: 23963530

Anexo N° 4: CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CUESTIONARIO

Previo cordial saludo. Señor(a) colaborador solicitamos su apoyo con el llenado de la presente encuesta con el propósito de obtener información para el trabajo de investigación relacionado con **la responsabilidad social y su incidencia en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru provincia de Canas 2022**. Le quedamos agradecidos por las respuestas que nos brinde.

DATOS GENERALES

Género: Masculino () Femenino ()

Edad:

Grado de estudios: Primaria () Secundaria () Superior técnico ()
Superior universitario ()

RESPONSABILIDAD SOCIAL

1.- ¿Cree usted que la municipalidad tiene un programa de responsabilidad social para la población de Túpac Amaru?

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

2.- ¿Considera que el trabajo de responsabilidad social es prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru?

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

3.- ¿Cómo considera usted el trabajo de responsabilidad social que realiza la municipalidad distrital de Túpac Amaru?

- A. Muy bueno ()
- B. Bueno ()
- C. Ni bueno ni malo ()
- D. Malo ()
- E. Muy malo ()

4.- Las labores de apoyo social son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

5.- Las labores de apoyo económico son de prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()

E. Muy en desacuerdo ()

6.- Las labores de protección medio ambiental son prioridad para la municipalidad distrital de Túpac Amaru

A. Muy de acuerdo ()

B. De acuerdo ()

C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()

D. En desacuerdo ()

E. Muy en desacuerdo ()

7.- De los aspectos sociales, económicos y ambientales. ¿Cuál considera prioritario para la población de Túpac Amaru?

A. El social ()

B. El económico ()

C. El ambiental ()

D. Todos ()

E. Ninguno ()

PRESTIGIO

8.- ¿Cómo considera usted el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?

A. Muy bueno ()

B. Bueno ()

C. Ni bueno ni malo ()

D. Malo ()

E. Muy malo ()

9.- Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la atención que dan los trabajadores

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

10.- Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la imagen que presenta el local

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

11.- Considera que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del trato que ofrece el alcalde a la población

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

12.- Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo social que se da a la población

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

13.- Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende del apoyo económico que se da a la población

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

14.- Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la protección de medio ambiente

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

15.- Cree que el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru depende de la publicidad que realiza

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()
- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

16.- Considera que el trabajo de responsabilidad social que hace el municipio mejora el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru

- A. Muy de acuerdo ()
- B. De acuerdo ()

- C. Ni de acuerdo ni en desacuerdo ()
- D. En desacuerdo ()
- E. Muy en desacuerdo ()

Gracias por su colaboración.

Anexo N° 5: GUÍA DE ENTREVISTA

ENTREVISTA: A las autoridades de la municipalidad distrital de Túpac Amaru

1. ¿Considera que su gestión está comprometida con los trabajos de responsabilidad social?

2. ¿En qué aspectos de la responsabilidad social incide su gestión?

3. ¿Cómo cree que es el prestigio de la municipalidad ante la comunidad de Túpac Amaru?

4. ¿Considera usted que la responsabilidad social influye directamente en el prestigio de la municipalidad distrital de Túpac Amaru?

Anexo N° 6: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Fotografía 1: Aplicación de encuesta a los jóvenes del barrio Vallecito de la comunidad de Ccochapata, distrito de Túpac Amaru.



Fotografía 2: Aplicación de encuesta a los jóvenes del barrio Vista Alegre en la comunidad de Ccochapata del distrito de Túpac Amaru.



Fotografía 3: Aplicación de encuesta a pobladores quechua hablantes del barrio Centro de la comunidad de Ccochapata del distrito de Túpac Amaru.



Fotografía 4: Aplicación de encuesta a un ciudadano en la comunidad de Tungasuca.



Fotografía 5: Aplicación de encuesta a una ciudadana en el barrio Quehuar de la comunidad de Tungasuca del distrito de Túpac Amaru.



Fotografía 6: Aplicación de encuesta a un ciudadano del barrio Miraflores de la comunidad de Ccochapata del distrito de Túpac Amaru.