



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Responsabilidad social empresarial e identidad corporativa de la empresa Petramás en la
asociación Saracoto Altos, Lurigancho Chosica 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Bonilla Cubas Cira Anacari (ORCID: 0000-0002-0595-5610)

ASESOR:

Mg. Vargas Merino Jorge Alberto (ORCID: 0000-0002-3084-8403)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

La presente investigación va dedicado a mis padres y a mis abuelas que me enseñaron con el ejemplo, en especial a mi madre porque donde este quiero que se sienta muy orgullosa de mi

Agradecimiento

A Dios quien me dio la fortaleza y la salud para concluir el presente trabajo de investigación. A cada uno de los docentes de la facultad de administración que me apoyaron con sus conocimientos para realizarlo y en especial al Mg. Vargas Merino Jorge Alberto, por su tiempo y el apoyo en el desarrollo de esta investigación.

Página del jurado

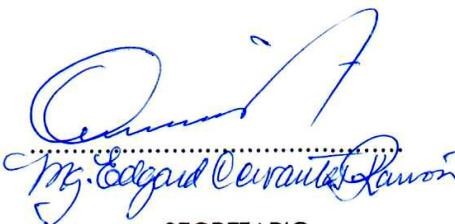
	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **Bonilla Cubas Cira Anacari** cuyo título es Responsabilidad social empresarial e identidad corporativa de la empresa Petramás en la Asociación Saracoto Altos, Lurigancho Chosica 2019

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **13** (número) **trece.** (letras).

Lima, Ate 02 de Julio del 2019


.....
MIGUEL BARDALES CARDENAS
PRESIDENTE


.....
Mg. Edgardo Cervantes Ramon
SECRETARIO


.....
Mg. Jorge Alberto Vargas Novoa
VOCAL


Revisó Vicerrectorado de Investigación / **DEVAC** / Responsable del SBC


Aprobó Vicerrectorado de Gestión / **VIGEST** / Responsable del SBC


Aprobó Rectorado

Declaratoria de autenticidad

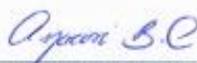
Declaratoria de autenticidad

Yo Bonilla Cubas Cira Anacari, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejos identificado(a) con DNI N° 48099256, con la tesis titulada: Responsabilidad social empresarial e identidad corporativa de la empresa Petramás en la asociación Saracoto Altos, Lurigancho Chosica 2019 declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultada. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto – plagiada; es decir, no ha sido publicada ni prestada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirá en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, julio de 2019.



BONILLA CUBAS CIRA ANACARI

DNI: 48099256

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	26
2.1. Tipo y diseño de investigación	27
2.2. Operacionalización de las variable	29
2.3. Población, muestra y muestreo	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.5. Métodos de análisis de datos	36
2.6. Procedimiento	37
2.7. Aspectos éticos	37
III. RESULTADOS	38
IV. DISCUSIÓN	56
V. CONCLUSIONES	61
VI. RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS	65
ANEXOS	76

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir la relación que existe responsabilidad social empresarial e identidad corporativa de la empresa Petramás en la Asociación Saracoto Altos, Lurigancho Chosica 2019

El diseño de la investigación fue no experimental, transversal y correlacional. La población objeto es desconocida por eso se trabajó con una muestra conformada por 171 habitantes de la Asociación Saracoto. La técnica que se utilizó fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual obtuvo un alfa de Cronbach de 0.713, lo cual significa una confiabilidad estadística moderada, y una validación de contenido del 85% por parte de los expertos.

Se concluye, que no existe relación entre la responsabilidad social empresarial y la identidad corporativa con una Sig. (Bilateral) = 0.630; denotando así que cada una de las variables trabaja de manera independiente, una empresa puede tener una identidad corporativa fuerte pero no necesariamente va a practicar la responsabilidad social empresarial

Palabras Clave: Responsabilidad social, identidad corporativa, stakeholders

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the relationship that exists between corporate social responsibility and corporate identity of the company Petramás in the association Saracoto Altos, Lurigancho Chosica 2019

. The design of the research was non-experimental, transversal and correlational. The target population is unknown, that's why we worked with a sample made up of 171 inhabitants of the Saracoto association. The technique that was used was the survey. The instrument used was the questionnaire, which obtained an alpha of Cronbach of 0.713, which means a moderate statistical reliability, and a content validation of 85% by the experts.

It is concluded that there is no relationship between corporate social responsibility and corporate identity with a Sig. (Bilateral) = 0.630; denoting that each of the variables works independently, a company can have a strong corporate identity but not necessarily going to practice corporate social responsibility

Keywords: Social responsibility, identity and stakeholders