



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Responsabilidad social y la identidad corporativa de los  
colaboradores en una empresa distribuidora de energía eléctrica**

**Lima, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Mendoza Quispe, Jose Antonio (orcid.org/0000-0002-2987-2342)

**ASESOR:**

Mgtr. Maurtua Gurmendi, Luzmila Gabriela (orcid.org/0000-0002-0812-3473)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

El presente trabajo se lo dedico a mi hijo Italo, por ser mi inspiración constante y el motivo para seguir siendo un buen profesional.

A mi papá que, desde el cielo, aún me sigue dando consejos que me permiten seguir adelante.

A mi amada Yesenia, por siempre estar a mi lado, inspirando nuestro camino para ser cada vez mejores.

## **Agradecimiento**

A DIOS por darme el aliento de vida, cada día, a la Universidad César Vallejo que es mi alma máter y centro de labores, por permitirme este crecimiento profesional, a mis diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos, en especial a la Mgtr Luzmila Gabriela Maurtua Gurmendi, por su orientación constante en el desarrollo de la presente tesis.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización .....	14
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	16
3.5. Procedimientos .....	17
3.6. Método de análisis de datos .....	17
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN .....	22
VI. CONCLUSIONES.....	26
VII. RECOMENDACIONES .....	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS .....	40

## Índice de tablas

Tabla1: Listado de expertos.....	17
Tabla 2: Correlación Responsabilidad social y cultura corporativa....	18
Tabla 3: Correlación Responsabilidad social e imagen corporativa...	19
Tabla 4: Correlación Responsabilidad social y comunicación de la empresa...20	
Tabla 5: Correlación Responsabilidad social e identidad corporativa.....	21
Tabla 6: Regla de Rho Speerman.....	54
Tabla 7: Análisis complementario .....	55
Tabla 8: Análisis complementario .....	55
Tabla 9: Análisis complementario .....	56
Tabla 10: Responsabilidad social .....	57
Tabla 11: Responsabilidad económica .....	58
Tabla 12: Responsabilidad ambiental .....	59
Tabla 13: Responsabilidad colectiva .....	60
Tabla 14: Identidad corporativa .....	61
Tabla 15: Cultura corporativa .....	62
Tabla 16: Imagen corporativa .....	63
Tabla 17: Comunicación de la empresa .....	64

## Índice de gráficos y figuras

Gráfico 1: Variable responsabilidad social .....	57
Gráfico 2: Dimensión responsabilidad económica .....	58
Gráfico 3: Dimensión responsabilidad ambiental .....	59
Gráfico 4: Dimensión responsabilidad colectiva .....	60
Gráfico 5: Variable identidad corporativa .....	61
Gráfico 6: Dimensión cultura corporativa .....	62
Gráfico 7: Dimensión imagen corporativa .....	63
Gráfico 8: Dimensión comunicación de la empresa .....	64

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo principal, determinar la relación entre la responsabilidad social y la identidad corporativa de los colaboradores de una empresa distribuidora de energía eléctrica en Lima, el estudio se basó en un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de diseño no experimental transversal y de alcance correlacional. Se evaluó a 235 colaboradores utilizando el cuestionario como instrumento y la encuesta como técnica, el cual fue validado por el juicio de tres expertos, así mismo se aplicó la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach, dando como resultado que la variable responsabilidad social tiene 0,817 y la variable identidad corporativa tiene 0,836. Los datos recopilados fueron procesados a través del software SPSS versión 26 el cual arroja un valor mediante la regla de Rho Spearman de 0,723 y un nivel de significancia de 0,000. De acuerdo a estos resultados, se determinó que existe una relación positiva y moderada entre las variables, responsabilidad social e identidad corporativa, evidenciando que los dos elementos son importantes para la obtención de objetivos de sostenibilidad.

**Palabras clave:** Responsabilidad social, identidad corporativa, imagen de la empresa, marca, compromiso.

## **Abstract**

The main objective of the research was to determine the relationship between social responsibility and the corporate identity of the employees of an electric power distribution company in Lima, the study was based on a quantitative approach, applied type, non-experimental cross-sectional design and correlational scope. 235 employees were evaluated using the questionnaire as an instrument and the survey as a technique, which was validated by the judgment of three experts, likewise the Cronbach's alpha reliability test was applied, resulting in the social responsibility variable having 0.817 and the corporate identity variable having 0.836. The collected data were processed through SPSS version 26 software which yields a value using Rho Spearman's rule of 0.723 and a significance level of 0.000. According to these results, it was determined that there is a positive and moderate relationship between the variables, social responsibility and corporate identity, evidencing that both elements are important for obtaining sustainability objectives.

**Keywords:** Social responsibility, corporate identity, company image, brand, commitment, community participation.





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, LUZMILA GABRIELA MAURTUA GURMENDI, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Responsabilidad social y la identidad corporativa de los colaboradores en una empresa distribuidora de energía eléctrica. Lima, 2021", cuyo autor es MENDOZA QUISPE JOSE ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 24 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
LUZMILA GABRIELA MAURTUA GURMENDI <b>DNI:</b> 07379211 <b>ORCID:</b> 0000-0002-0812-3473	Firmado electrónicamente por: LMAURTUA el 01-12- 2022 16:53:27

Código documento Trilce: TRI - 0453593