



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO HUMANO EN LA CLÍNICA
INTERNACIONAL S.A., CERCADO DE LIMA 2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

KAREN MARIETTA MACO CHONATE

ASESOR:

Dra. BERNARDO SANTIAGO MADELAINE

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL MARKETING

Lima – Perú

2014

JURADOS

PRESIDENTE: DRA. MIRIAM E. NAPAICO ARTEAGA.

SECRETARIA: MG. ANIBAL ZAVALA DÁVILA.

VOCAL : DRA. MADELAINE BERNARDO SANTIAGO.

Dedicatoria

Este trabajo de investigación está dedicado a tres personas muy importantes y que forman parte fundamental de mi vida.

Mis hijas María Pía y María Fe, por llenar mi vida de esperanza y de amor, por sus besos y abrazos de todos los días y porque tan solo con mirarlas me inyectan las ganas de progresar y cumplir todos mis objetivos y metas.

A una gran mujer mi Madre María Isabel, mi Chabuquita, a la que agradezco por sus consejos, su compañía, su preocupación por mi bienestar, su entrega y siempre apoyándonos para alcanzar mis metas y por enseñarme a agradecerle a Dios y a la Virgen María todos los días por la vida.

Agradecimiento

A Dios por la vida, por la bendición de tener dos hijas hermosas y por darme la oportunidad de estudiar para poder seguir avanzando profesionalmente y personalmente en la vida.

A la Universidad César Vallejo que me ha permitido seguir los estudios creando un programa que me facilitó adaptar mis horarios laborales y familiares a los universitarios mediante el programa Sube.

A mis maestros que me formaron en las aulas universitarias, quienes con su paciencia, dedicación y sabiduría supieron volcar sus conocimientos en mí para que ahora sea una buena profesional.

A mi asesor Dra. Madelaine Bernardo Santiago, por quien pude realizar correctamente esta Tesis y a quien doy gracias por haber guiado esta investigación y haber inculcado en mí el espíritu investigador.

A mis padres, familia y amigos que me han ayudado en todo momento a culminar y ser una profesional.

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, KAREN MARIETTA MACO CHONATE , estudiante de MARKETING Y Dirección de Empresas de la Escuela de SUBE de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI No. 17544845 con la tesis titulada “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE GESTIÓN Y DESARROLLO HUMANO DE LA CLINICA INTERNACIONAL S.A. , CERCADO DE LIMA 2014”, declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría.

He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada en su totalidad o parcialmente.

La tesis no ha sido auto plagiado; es decir no ha sido publicada y presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

Los datos presentados en los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

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

Lima, 28 de Agosto del 2014

.....
Karen Marietta Maco Chonate
DNI No. 17544845

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Pongo a su disposición la tesis titulada "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL AREA DE GESTIÓN Y DESARROLLO HUMANO DE LA CLINICA INTERNACIONAL S.A., CERCADO DE LIMA 2014". En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos para optar el título de Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad "Cesar Vallejo".

El documento consta de siete capítulos: Capítulo I: Introducción, Capítulo II: Marco metodológico, Capítulo III: Resultados, Capítulo IV: Discusión, Capítulo V: Conclusiones, Capítulo VI: Sugerencias, finalmente el Capítulo VII: Referencias y anexos.

En busca que esta tesis se ajuste a las exigencias establecidas con todo trabajo científico, que sirva de apoyo para otras investigaciones, a la toma de decisiones, desarrollo de planes de trabajo, para una buena gestión empresarial.

Que en adelante esta investigación sea tomada como apoyo informativo y desarrollo en el ámbito laboral para el que fue diseñado, esperamos sus sugerencias para mejorar la calidad de nuestro trabajo.

Atentamente

La autora

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	
Abstract	
I.INTRODUCCIÓN	13
Antecedentes	14
Fundamentación Científica (Marco teórico)	20
Fundamentación Técnica (Marco Conceptual)	39
Justificación	44
Problema de investigación	45
Formulación del problema	49
1.2. Objetivos	
Objetivos específicos	50
II.MARCO METODOLÓGICO	
2.1 Variable	52
2.2 Definición conceptual y operacional de la variable	52
2.3. Metodología	54
2.4. Tipo de estudio	54
2.5. Diseño de Investigación	54
2.6. Población y muestra	55
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	55
2.7.1 Técnicas	55
2.7.2 Instrumentos	55
Validez, Confiabilidad y Prueba piloto	56
III.RESULTADOS	
3.1. Descripción	62
IV.DISCUSIÓN	69
V.CONCLUSIONES	74
VI.RECOMENDACIONES	
Recomendaciones	76
VII.REFERENCIAS	
Referencias	79
Anexos	81
Matriz de consistencia	
Encuesta	
Juicio de expertos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Beneficios sobre los intangibles de las intervenciones de R.S.E.	28
Tabla 2: Algunos tipos de instituciones que suelen hacer marketing social	38
Tabla 3: Definición operacional de la Responsabilidad Social Empresarial	53
Tabla 5: Medidas frecuencias	62
Tabla 6: Medidas frecuencias por niveles de la variable RSE	63
Tabla 7: Medidas de frecuencia por niveles de dimensión valores y transparencia	64
Tabla 8: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión calidad de vida laboral	65
Tabla 9: Medidas de frecuencia por niveles de dimensión de medio ambiente	66
Tabla 10: Medidas de frecuencia por niveles de dimensión por Marketing responsable	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Teoría Pirámide de la Responsabilidad Social	24
Figura 2: Una clasificación de los recursos intangibles de la RSE	29
Figura 3: Los tres vértices de la Responsabilidad Social Empresarial	32
Figura 4: Evaluación de desempeño y retroalimentación	33
Figura 5: Programa piloto para promoción de control ambiental del sector privado de países en desarrollo	36
Figura 6: Educación al paciente que brinda Clínica Internacional para depresión, lactancia, nutrición etcétera	48
Figura 7: Medidas de frecuencia de R.S.	63
Figura 8: Medida de frecuencia de Valores y transporte	64
Figura 9: Medida de Calidad de Vida Laboral	65
Figura 10: Medida del medio ambiente	66
Figura 11: Medida de Marketing Responsable	67

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar la Responsabilidad Social Empresarial en el área de Gestión y Desarrollo Humano de la Clínica Internacional S.A. , Cercado de Lima 2014.

La investigación se desarrolló bajo un diseño descriptivo simple básico, con enfoque cuantitativo , no experimental, transversal , con una muestra de 30 trabajadores seleccionados del área de Gestión y Desarrollo Humano de la empresa Clínica Internacional S.A., Cercado de Lima 2014.

Se validaron los instrumentos y se demostró la validez y confiabilidad, mediante la técnica de opinión de expertos y alfa de Cronbach; el instrumento utilizado para este trabajo fue la encuesta graduado en escala Likert para cada una de la variable logrando los resultados que estamos anexando a esta investigación y que nos llevan a concluir sobre la percepción de los trabajadores encuestados en Clínica Internacional.

Además en la presente investigación concluimos también que existe un nivel medio entre las dimensiones y la variable Responsabilidad Social Empresarial en el Área de Gestión y Desarrollo Humano de la Clínica Internacional S.A. del Cercado de Lima.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial.

Abstract

The following investigation had as a goal, to define the social responsibility developed by the Clinica Internacional - Human Resource Office.

This investigation has been developed by simple basic descriptive design, with a quantitative scope, non experimental, transversal, with a sample of 30 human resource office workers. To improve the required information there were some instruments validations. These validations demonstrate the reliability and validity, using for this some expert opinion and the Cronbach's alpha technique; the survey instrument was graduated according to Likert scale, for each variable.

This investigation conclude that there is a medium compatibility between the dimensions and the variable "Corporate Social Responsibility" in the Clinica Internacional - Human Resource Office.

Key words : Corporate Social Responsibility