

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN

Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la
competitividad del emporio comercial de Gamarra

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Administración

AUTOR:

Villanueva Orbegoso, Vladimir Eloy (orcid.org/0000-0002-2853-1394)

ASESORES:

Dra. Carhuancho Mendoza, Irma Milagros (orcid.org/0000-0002-4060-5667)

Dr. Venturo Orbegoso, Carlos Oswaldo (orcid.org/0000-0002-7465-8687)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2024



**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CARHUANCHO MENDOZA IRMA MILAGROS, docente de la ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la competitividad del emporio comercial de Gamarra", cuyo autor es VILLANUEVA ORBEGOSO VLADIMIR ELOY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, 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, 26 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
IRMA MILAGROS CARHUANCHO MENDOZA DNI: 40460914 ORCID: 0000-0002-4060-5667	Firmado electrónicamente por: IMILAGROSCM el 26-07-2024 13:34:15

Código documento Trilce: TRI - 0836661



**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, VILLANUEVA ORBEGOSO VLADIMIR ELOY estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en la competitividad del emporio comercial de Gamarra", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
VILLANUEVA ORBEGOSO VLADIMIR ELOY DNI: 29685615 ORCID: 0000-0002-2853-1394	Firmado electrónicamente por: VVILLANUEVAOR el 27-07-2024 15:40:29

Código documento Trilce: INV - 1677028

Dedicatoria:

A la memoria de mi Padre.

A la memoria del Padre Irineo Atucha.

Al Sensei Pedro Gonzales.

A todos los hombres y mujeres que contribuyen a un
Perú mejor.

Agradecimiento:

A Dios todopoderoso y eterno.

A mi madre y hermanas.

A todas las personas que aportaron al desarrollo del presente trabajo de investigación.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	ii
Declaratoria de originalidad del autor.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract.....	x
Resumo.....	xi
I. Introducción.....	1
II. Metodología	21
III. Resultados.....	24
IV. Discusión	34
V. Conclusiones.....	45
VI. Recomendaciones	47
VII. Propuesta	49
Referencias	53
Anexos	63
Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables y matriz de consistencia	64
Anexo 2. Instrumento/s de recolección de datos	67
Anexo 3: Juicio de expertos	68
Anexo 4. Análisis complementario	98
Anexo 5. Otras evidencias Base de datos	99

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1_Distribución de frecuencia de responsabilidad social empresarial y dimensiones .	24
Tabla 3_Distribución de frecuencia de competitividad y dimensiones	27
Tabla 2_Distribución de frecuencia de imagen corporativa y dimensiones	26
Tabla 5_Contraste de hipótesis general mediante regresión logística ordinal.....	28
Tabla 6_Estimaciones de parámetros.....	29
Tabla 7_Contraste de hipótesis específica 1 mediante regresión logística ordinal	30
Tabla 8_Estimaciones de parámetros.....	30
Tabla 9_Contraste de hipótesis específica 2 mediante regresión logística ordinal	31
Tabla 10_Estimaciones de parámetros.....	32
Tabla 11_Contraste de hipótesis específica 3 mediante regresión logística ordinal	32
Tabla 12_Estimaciones de parámetros.....	33

Índice de figuras

Figura 1 Esquema de diseño correlacional causal	98
Figura 2 Fórmula de población finita para cálculo de muestra	67

Resumen

En el resumen se precisa el Objetivo de desarrollo sostenible (ODS) al cual la investigación aporta, son los objetivos 8 y 9, que buscan alcanzar un trabajo decente, crecimiento económico, promoción de la industria, la innovación y la infraestructura. Los objetivos del estudio, se busca explicar que la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa impacta en la competitividad del Emporio Comercial de Gamarra. El tipo de investigación, es de tipo aplicada, con un diseño no experimental de alcance transversal y de nivel correlacional causal, la población en estudio son los clientes del Emporio Comercial de Gamarra, los principales resultados son que la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa impactan en un 80% en la competitividad del Emporio Comercial de Gamarra, 2023. y la conclusión de que la competitividad en el emporio comercial de Gamarra depende de su imagen corporativa y de las acciones de responsabilidad social empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Competitividad, Imagen Corporativa.

Abstract

The summary specifies the Sustainable Development Goal (SDG) to which the research contributes; they are objectives 8 and 9, which seek to achieve decent work, economic growth, promotion of industry, innovation and infrastructure. The objectives of the study seek to explain that corporate social responsibility and corporate image impact the competitiveness of the Gamarra Commercial Emporium. The type of research is applied, with a non-experimental design of transversal scope and causal correlational level, the population under study is the clients of the Gamarra Commercial Emporium, the main results are that corporate social responsibility and corporate image impact by 80% on the competitiveness of the Gamarra Commercial Emporium, 2023. and the conclusion that competitiveness in the Gamarra commercial emporium depends on its corporate image and corporate social responsibility actions.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Competitiveness, Corporate Image.

Resumo

O resumo especifica o Objectivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para o qual a investigação contribui; são os objectivos 8 e 9, que procuram alcançar trabalho digno, crescimento económico, promoção da indústria, inovação e infraestruturas. Os objetivos do estudo buscam explicar que a responsabilidade social corporativa e a imagem corporativa impactam a competitividade do Empório Comercial Gamarra. O tipo de pesquisa é aplicado, com desenho não experimental de escopo transversal e nível correlacional causal, a população em estudo são os clientes do Empório Comercial Gamarra, os principais resultados são que a responsabilidade social corporativa e a imagem corporativa impactam em 80% na competitividade do Empório Comercial Gamarra, 2023. e a conclusão de que a competitividade do Empório Comercial Gamarra depende da sua imagem corporativa e de ações de responsabilidade social corporativa.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial, Competitividade, Imagem Corporativa.