



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa de la Empresa
Melcorpacheco S.R.L., Rímac 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Cordova Chingay Juan Carlos (ORCID: 0000-0001-9757-0322)

ASESOR:

Dr. Vasquez Espinoza Juan Manuel (ORCID: 0000-0002-1678-1361)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres por ser mi soporte, mi apoyo incondicional e inculcarme valores para la vida.

A mis abuelos apoyarme en mis elecciones profesionales y ser mis guías.

A mis hermanos menores, por ser mi motor y motivo para salir adelante.


Agradecimiento

A Dios por darme la bendición de tener la posibilidad de estudiar una carrera y darme una familia tan bonita.

Al Dr. Vasquez Espinoza Juan Manuel, por ser guía y mentor, por sus enseñanzas y su ayuda constante en el proceso de investigación.

A mis compañeros de trabajo de la empresa Melcorpacheco S.R.L por ayudarme y darme la confianza para realizar esta investigación.

Página del jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 10
		Fecha : 25-02-2019
		Página : 1 de 1


El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(ña)

.....
CORONA Chinguy, Juan Carlos

cuyo título es: Responsabilidad Social Empresarial E
Impacto Corporativa de la Empresa Melcochado
S.p.A. Lima, 2019

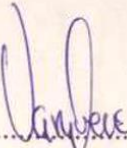
Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el
estudiante, otorgándole el calificativo de: 1.8 (número) Diecho
(letras).

Los Olivos, 18 de Diciembre de 2019

.....

PRESIDENTE
DR. HENRIQUE CESPEDES JULIO

.....

SECRETARIO
MGTA. GUERRA BENZEDU CARLOS

.....

VOCAL
DR. VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

Declaración de autenticidad

Yo Cordova Chingay, Juan Carlos con DNI N° 75247047, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de Diciembre del 2019



Juan Carlos Cordova Chingay
DNI N° 7524704

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MÉTODO	9
2.1. Diseño de investigación	9
2.2. Variables, Operacionalización	10
2.3. Población y muestra	11
2.4. Técnicas e instrumento, validez y confiabilidad	12
2.5. Procedimiento	14
2.6. Método de análisis de datos	14
2.7. Aspectos éticos	14
III.RESULTADOS	15
IV.DISCUSIÓN	23
V.CONCLUSIONES	27
VI.RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	32

RESUMEN

El objetivo de la tesis ha sido determinar la relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa de la empresa Melcorpacheco S.R.L. al respecto Davis (2015) señala que la responsabilidad social empresarial como las decisiones gerenciales, las cuales direccionan a la empresa a ser reconocida como social y empresarialmente responsable y que ve su justificación en que a largo plazo se retribuirá de esto en un beneficio económico, resultado de su accionar como organización socialmente responsable. Ramis y Perez (2016) mencionan que la imagen es una construcción en la mente del receptor es la premisa de la que parten las fuertes definiciones sobre el concepto ideal de imagen corporativa, la empresa puede transmitir un buen mensaje, pero no se puede controlar como el receptor lo va a recibir y a su vez lo puede interpretar o percibir. La importancia de este estudio es identificar el impacto de las buenas prácticas socio empresariales en la perspectiva de que se percibe de una organización. El tipo de investigación fue aplicada, con nivel descriptivo – correlacional, de diseño, no experimental de corte transversal y de enfoque, cuantitativo la población estuvo conformada por 45 trabajadores de los clientes y proveedores, el instrumento utilizado ha sido el cuestionario de elaboración propia de tipo Likert (5 niveles de respuesta), conformado por 15 ítems. Luego de analizar los resultados obtenidos se concluye existe una relación positiva ($Rho=0,845$) considerable entre la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa.

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

ABSTRACT

The objective of the thesis has been to determine the relationship of Corporate Social Responsibility and Corporate Image of the company Melcorpacheco S.R.L. Davis (2015) points out that corporate social responsibility such as management decisions, which direct the company to be recognized as socially and corporately responsible and that sees its justification in the long term that this will be remunerated in an economic benefit, result of its actions as a socially responsible organization. Ramis and Perez (2016) mention that the image is a construction in the mind of the recipient is the premise from which the strong definitions of the ideal concept of corporate image are based, the company can transmit a good message, but it cannot be controlled as the perceiver will receive it and in turn can interpret or perceive it. The importance of this study is to identify the impact of good socio-business practices in the perceived perspective of an organization. The type of research was applied, the population was made up of 45 workers and the sample was census, since it is an amount that can be measured without using a formula, the instrument used has been the Likert type questionnaire, the results obtained after having processed the information is that there is a significant influence on corporate social responsibility and corporate image of the company Melcorpacheco SRL, Rímac 2019 and the conclusion was that social responsibility influences the corporate image of the company Melcorpacheco SRL, Rímac 2019.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Responsibility, Corporate Image