



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA EMPRESA COMPARTAMOS FINANCIERA - COLLIQUE, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Rosas Hector Carrillo Jara

Miguel Angel Quichiz Alva

Asesor:

Dr. Jorge Nelson Malpartida Gutiérrez

<https://orcid.org/0000-0001-6846-0837>

Lima - Perú

2021

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Daniel Amadeo, Robles Fabián	20724956
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Patrick Michael, Villamizar Morales	10790732
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Cristian Joel, Martínez Agama	44615127
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE ORIGINALIDAD

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

9%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

16%

★ repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE ORIGINALIDAD.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TABLA DE CONTENIDOS.....	6
INDICE DE TABLAS.....	9
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	16
1.1 Realidad problemática.....	16
1.2 Formulación problema.....	21
1.2.1 Problema general.....	21
1.2.2 Problemas específicos.....	21
1.3 Justificación.....	21
1.3.1 Justificación teórica.....	21
1.3.2 Justificación práctica.....	20
1.3.2 Justificación metodológica.....	22
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2 Objetivos específicos.....	22
1.5 Hipótesis.....	24
1.5.1 Hipótesis general.....	24
1.5.2 Hipótesis específicas.....	22
1.6 Antecedentes.....	25
1.6.1 Antecedentes nacionales.....	25

1.6.2	Antecedentes internacionales.....	29
1.7	Bases teóricas.....	32
1.7.1	Responsabilidad Social Empresarial.....	32
1.7.2	Imagen Corporativa.....	38
1.7.3	Marco conceptual.....	43
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....		47
2.1	Tipo de investigación.....	47
2.2	Enfoque de la investigación.....	47
2.3	Diseño de la investigación.....	48
2.4	Alcance de la investigación.....	49
2.5	Unidad de estudio.....	49
2.5.1	Población.....	49
2.5.2	Muestra.....	50
2.6	Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	51
2.6.1	Técnica.....	51
2.6.2	Instrumento.....	51
2.6.3	Validez.....	53
2.6.4	Confiabilidad.....	53
2.6.5	Procedimiento de recolección de datos.....	56
2.6.6	Procedimiento de análisis de datos.....	57
2.7	Aspectos éticos.....	58
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....		60
3.1	Análisis sociodemográfico.....	61
3.2	Resultados descriptivos.....	62
3.2.1	Distribución de frecuencias RSE.....	62
3.2.2	Distribución de frecuencias IC.....	64
3.2.3	Distribución de frecuencias Resp. económica.....	65
3.2.4	Distribución de frecuencias Resp. ética.....	66
3.2.5	Distribución de frecuencias Resp. legal.....	67
3.2.6	Distribución de frecuencias Resp. filantrópica	68
3.2.7	Distribución de frecuencias Habilidad corporativa	69

3.2.8	Distribución de frecuencias Imagen social.....	70
3.2.9	Distribución de frecuencias Imagen ambiental.....	71
3.3	Resultados inferenciales.....	72
3.3.1	Hipótesis general.....	72
3.3.1.1	Prueba de normalidad.....	72
3.3.1.2	Contrastación de hipótesis general.....	73
3.3.2	Hipótesis específica 1.....	75
3.3.2.1	Prueba de normalidad.....	75
3.3.2.2	Contrastación de hipótesis específica 1.....	76
3.3.3	Hipótesis específica 2.....	77
3.3.3.1	Prueba de normalidad	77
3.3.3.2	Contrastación de hipótesis específica 2.....	78
3.3.4	Hipótesis específica 3.....	79
3.3.4.1	Prueba de normalidad	80
3.3.4.2	Contrastación de hipótesis específica 3.....	81
3.3.5	Hipótesis específica 4.....	82
3.3.5.1	Prueba de normalidad.....	82
3.3.5.2	Contrastación de hipótesis específica 4.....	83
CAPÍTULO IV. DISCUSIONES.....		84
LIMITACIONES.....		89
IMPLICANCIAS.....		90
CONCLUSIONES.....		91
RECOMENDACIONES.....		92
REFERENCIAS.....		93
ANEXOS.....		103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Escala de Likert.....	52
Tabla 2. Alpha de Cronbach	54
Tabla 3. Resumen de procesamiento de datos	55
Tabla 4. Estadística de fiabilidad de Alpha de Cronbach	55
Tabla 5. Características de la muestra.....	60
Tabla 6. Distribución de frecuencia de RSE.....	62
Tabla 7. Distribución de frecuencia de IC.....	64
Tabla 8. Distribución de frecuencia de Resp. económica.....	65
Tabla 9. Distribución de frecuencia de Resp. ética	66
Tabla 10. Distribución de frecuencia de Resp. legal.....	67
Tabla 11. Distribución de frecuencia de Resp. filantrópica	68
Tabla 12. Distribución de frecuencia de Habilidad corporativa.....	69
Tabla 13. Distribución de frecuencia de Imagen social.....	70
Tabla 14. Distribución de frecuencia de Imagen ambiental.....	71
Tabla 15. Resultados del análisis de norm. de la hipo. general.....	73
Tabla 16. Correlación de Spearman de la hipo. general.....	74
Tabla 17. Resultados del análisis de norm. de la hipo. específica 1.....	75
Tabla 18. Correlación de Spearman de la hipo. específica 1.....	76
Tabla 19. Resultados del análisis de norm. de la hipo. específica 2.....	78
Tabla 20. Correlación de Spearman de la hipo. específica 2.....	79
Tabla 21. Resultados del análisis de norm. de la hipo. específica 3.....	80
Tabla 22. Correlación de Spearman de la hipo. específica 3.....	81

Tabla 23. Resultados del análisis de norm. de la hipo. específica 4.....	82
Tabla 24. Correlación de Spearman de la hipo. específica 4.....	83
Tabla 25. Matriz de operacionalización de variables.....	105
Tabla 26. Distribución de frecuencia ítem 1.....	109
Tabla 27. Distribución de frecuencia ítem 2.....	110
Tabla 28. Distribución de frecuencia ítem 3.....	111
Tabla 29. Distribución de frecuencia ítem 4.....	112
Tabla 30. Distribución de frecuencia ítem 5.....	113
Tabla 31. Distribución de frecuencia ítem 6.....	114
Tabla 32. Distribución de frecuencia ítem 7.....	115
Tabla 33. Distribución de frecuencia ítem 8.....	116
Tabla 34. Distribución de frecuencia ítem 9.....	117
Tabla 35. Distribución de frecuencia ítem 10.....	118
Tabla 36. Distribución de frecuencia ítem 11.....	119
Tabla 37. Distribución de frecuencia ítem 12.....	120
Tabla 38. Distribución de frecuencia ítem 13.....	121
Tabla 39. Distribución de frecuencia ítem 14.....	122
Tabla 40. Distribución de frecuencia ítem 15.....	123
Tabla 41. Distribución de frecuencia ítem 16.....	124
Tabla 42. Distribución de frecuencia ítem 17.....	125
Tabla 43. Distribución de frecuencia ítem 18.....	126
Tabla 44. Distribución de frecuencia ítem 19.....	127
Tabla 45. Análisis desc. de las variables indep. y dep.....	129
Tabla 46. Análisis desc. de la dimensión 1 e IC.....	130

Tabla 47. Análisis desc. de la dimensión 2 e IC	131
Tabla 48. Análisis desc. de la dimensión 3 e IC	132
Tabla 49. Análisis desc. de la dimensión 4 e IC	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características de la muestra.....	60
Figura 2. Porcentaje de variable Responsabilidad Social Empresarial	62
Figura 3. Porcentaje de la variable Imagen Corporativa	63
Figura 4. Porcentaje de la dimensión 1.....	64
Figura 5. Porcentaje de la dimensión 2.....	65
Figura 6. Porcentaje de la dimensión 3.....	66
Figura 7. Porcentaje de la dimensión 4.....	67
Figura 8. Porcentaje de la dimensión 5.....	68
Figura 9. Porcentaje de la dimensión 6.....	69
Figura 10. Porcentaje de la dimensión 7.....	70
Figura 11. Distribución de frecuencia ítem 1.....	109
Figura 12. Distribución de frecuencia ítem 2.....	110
Figura 13. Distribución de frecuencia ítem 3.....	111
Figura 14. Distribución de frecuencia ítem 4.....	112
Figura 15. Distribución de frecuencia ítem 5.....	113
Figura 16. Distribución de frecuencia ítem 6.....	114
Figura 17. Distribución de frecuencia ítem 7.....	115
Figura 18. Distribución de frecuencia ítem 8.....	116
Figura 19. Distribución de frecuencia ítem 9.....	117
Figura 20. Distribución de frecuencia ítem 10.....	118
Figura 21. Distribución de frecuencia ítem 11.....	119
Figura 22. Distribución de frecuencia ítem 12.....	120

Figura 23. Distribución de frecuencia ítem 13.....	121
Figura 24. Distribución de frecuencia ítem 14.....	122
Figura 25. Distribución de frecuencia ítem 15.....	123
Figura 26. Distribución de frecuencia ítem 16.....	124
Figura 27. Distribución de frecuencia ítem 17.....	125
Figura 28. Distribución de frecuencia ítem 18.....	126
Figura 29. Distribución de frecuencia ítem 19.....	127

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la imagen corporativa tiene grandes impactos en todos los niveles por tal motivo distintas empresas incluso pequeñas empresas están adoptando estas políticas que a largo plazo contribuyen en beneficio del entorno con la cual la empresa interactúa, ya no ven esta disciplina sólo como actos caritativos si no van más allá, implementan una filosofía con sólidas bases dentro de la organización donde cada colaborador es partícipe del bien común. Por tal motivo este trabajo tiene como finalidad determinar la relación que existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen Corporativa en la empresa Compartamos Financiera, Collique. La metodología utilizada en este trabajo es aplicada, con nivel de correlación, con un enfoque cuantitativo, dimensión transversal y con un diseño no experimental considerando que la muestra que se utilizará es de 45 clientes del programa créditos grupales de la empresa Compartamos Financiera. Como instrumento de recolección de la información se utilizó el cuestionario virtual a través de Google Forms. Para la parte estadística de los resultados se utilizó el paquete estadístico SPSS. Se concluyó que existe una fuerte relación (0.976) entre la RSE e IC en la empresa Compartamos Financiera, sede Collique.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social Empresarial, Imagen Corporativa, Impacto en los resultados, Socialmente Responsable

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility and its relationship with the corporate image has great impacts at all levels, for this reason different companies including small companies are adopting these policies that in the long term contribute to the benefit of the environment with which the company interacts, they no longer see this discipline only as charitable acts if they do not go further, they implement a philosophy with solid foundations within the organization where each collaborator is a participant in the common good. For this reason, this work aims to determine the relationship that exists between Corporate Social Responsibility and corporate image in the company Compartamos Financiera, Collique. The methodology used in this work is applied, with a correlational level, with a quantitative approach, transversal dimension and with a non-experimental design considering that the sample that will be used is 45 clients of the group loan program of the company Compartamos Financiera. As an instrument for collecting the information, the virtual questionnaire was used through Google Forms. For the statistical part of the results, the SPSS statistical package was used. It was concluded that there is a strong relationship (0.976) between CSR and CI in the company Compartamos Financiera, Collique headquarters.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Impact on results, Socially Responsible.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

REFERENCIAS

- Alvarado, R., Espinoza, T., Guillermo, A., & Hernandez, K. (2019). *Impacto de la responsabilidad social corporativa en el valor de marca* [Universidad ESAN].
<https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/1704>
- Alvira, F. (2004). La encuesta: una perspectiva general metodológica . *Centro de Investigaciones Sociológicas*.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GbZ5JO-IoDEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=que+es+la+encuesta&ots=TUoaEK2b1V&sig=HoHeDlbH6nK5SjbN8Qtrx8J3wiQ#v=onepage&q=que es la encuesta&f=false>
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. *Enfoques Consulting EIRL*.
<http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Ato, M., López, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038–1059.
- Becerra Vicario, R., & León Gómez, A. (2020). Responsabilidad social corporativa en las entidades financieras españolas. *Revista Activos*, 18(1).
<https://doi.org/10.15332/25005278/6154>
- Benavides Delgado, Juan; Fernández Fernández, José Luis; Urtiaga de Vivar Fontelo, A. (2012). Glosario sobre Responsabilidad Social para la Investigación y el Debate Terminológico. □□ 128), 4(1, □□□□□ □.
- Bermudez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Measurement of Corporate Social Responsibility: Cases in Latin American Small Business.*, 39(3), 315–325.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=132586094&authtype=ss>
[o&custid=s4509042&site=eds-live&custid=s4509042](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=132586094&authtype=ss)

Cáceres, L. (2017). *Imagen Corporativa* (1era. edición). Cruzol.

Cacho, J. J., & Toledo, S. E. (2019). Influencia de la responsabilidad social en la imagen corporativa de CrediScotia agencia Independencia Trujillo 2019 [Universidad Privada Antenor Orrego - UPAO]. In *Universidad Privada Antenor Orrego*.
<https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/5820>

Cajiga, J. (2009). *EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*.

Cajusol, M., & Ushiñahua, V. (2021). Responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de los hoteles del distrito de Tarapoto 2021. *Repositorio Institucional - UCV*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71555>

Caycho, S. (2021). Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en el Banco Scotiabank, Perú – 2021. *Universidad Autónoma Del Perú*.
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2068>

Ccaccya, D. (2015). Análisis rentabilidad de una empresa. *Actualidad Empresarial*.
<https://pdfcoffee.com/analisis-rentabilidadpdf-5-pdf-free.html>

Chicaiza Villalba, T. A. (2018). La responsabilidad social empresarial: ¿herramienta para combatir la pobreza? Análisis crítico del pensamiento de Bernardo Kliksberg. *Corporate Social Responsibility: Tool to Combat Poverty? Critical Analysis of the Thought of Bernardo Kliksberg.*, 53, 33–42.

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=131274188\(=es&site=eds-live&custid=s4509042](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=131274188(=es&site=eds-live&custid=s4509042)

Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V(18), 23–44.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215052403003>

Cortés, J., Rueda, J., Porras, J., Flores, E., Lira, J., Mirón, M., Esparza, L., Barajas, C., Bojorquez, M., & Perez, A. (2017). *RESPONSABILIDAD SOCIAL* (Primera ed). Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador.

Cuevas Moreno, R. (2018). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 19(1), 7–26.

<https://doi.org/10.18359/rfce.2258>

Cujilema, L., Barahona, J., Pérez, M., & Esparza, F. (2019). La imagen corporativa en las pymes y su relación con la responsabilidad social empresarial. In *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/pymes-responsabilidad-social.html>

Díaz, V., & Nuñez, A. (2015). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Ciencias de La Salud*.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56243931011>

Echeverría, R., Abrego, D., & Medina, J. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 133–

147. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71703>

Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ta. edición). booksmedicos.org. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2. Hernandez, Fernandez y Baptista-Metodología Investigacion Cientifica 6ta ed.pdf>

García, M., & Llorente, C. (2009). LA RESPOSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Una Estrategia Para Conseguir Imagen Y Reputación. *ICONO 14, Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 7(2), 95–124. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556589007>

Gradaille, R., & Caballo, M. B. (2016). Las buenas prácticas como recurso para la acción comunitaria: criterios de identificación y búsqueda. *Contextos Educativos. Revista de Educación*, 0(19), 75. <https://doi.org/10.18172/con.2773>

Haro, A., Janeth, M. I., Arévalo, E., & Pamela, S. I. (2018). La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones The corporate social responsibility: concept, theories and dimensions. *UNIANDES EPISTEME*, 5(0), 604–619. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/1508>

Herbas, B., & Rocha, E. (2018). Metodología científica para la realización de investigaciones de mercado e investigaciones sociales cuantitativas. *Revista Perspectivas*, 42, 123–160. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200006&lng=es&nrm=iso&tlng=es%0Ahttp://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1994-37332018000200006&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Hernández, R., Fernandez, C., & Bautista, L. (2014). Espacio de Formación Multimodal Selección

de la muestra. *Espacio de Formación Multimodal*, 6, 23. www.elosopanda.com

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta. *Mc Graw Hill Educación*.
<http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>

Hidalgo, O. (2018). Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen institucional de las entidades financieras de Tacna, 2017. *Veritas Et Scientia*, 7, 896–904.

Hinojosa, J. I., Ayup, J., & Cogco, A. R. (2020). Imagen corporativa y satisfacción laboral en potenciales empleados del sector bancario. *Investigación Administrativa*, 49–1, 1–20.
<https://doi.org/10.35426/iav49n125.04>

Inguillay, L., Tercero, S., & López, J. (2020). Ética en la investigación científica. *Revista Imaginario Social*, 3(1), 3–4. <http://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/10/html%0Ahttp://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/10>

Jaimes, M., Jacobo, C., & Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria The Benefits of Corporate Social Responsibility: A Literature Review. *Tiempo y Economía*, 8(2). <https://doi.org/10.21789/24222704.1720>

Jayo, A. (2021). Imagen corporativa en las micro y pequeñas empresas, rubro transporte urbano de pasajeros: caso empresa San Antonio, ruta 8, ciudad Ayacucho, 2020 [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19543>

- Jurado, M. (2019). Responsabilidad social y su relación con la imagen corporativa de Plaza Vea, distrito Puente Piedra, 2019 [Universidad César Vallejo]. In *Repositorio Institucional - UCV*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/42942>
- López, F. (2017). Analisis de costos y propuesta de un sistema de costos por órdenes para la empresa panadería Bembis, Nuevo Chimbote -2017 [Universidad César Vallejo]. In *Universidad César Vallejo*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12357>
- Luna, R., Carolina, I., Alvarado, H., & Humberto, G. (2018). La relación de la Responsabilidad Social Empresarial con la Imagen Corporativa y la Reputación Corporativa para los clientes millennials de Lima Metropolitana: Caso de la industria de telefonía celular 2018. In *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/625439>
- Márquez, F. (2019). *Responsabilidad Social, la ética y desarrollo sustentable en la Compañía Minera Casapalca SA, 2019*.
- Mauricio, G. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Corporativa en la empresa minera la Arena SA, Provincia de Sanchez Carrión 2016*.
- Mendoza, A. (2020). La responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de la Empresa Austral Group Saa - Planta Coishco, Ancash, 2020. *UNCP-Institucional*.
https://explore.openaire.eu/search/publication?articleId=od_____3056::deeab52e25fd7be7ca20aa52ff2efada
- Mendoza Flores, M. M., & Sierralta Monsalve, Y. Y. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su relación con la imagen y reputación de la empresa América Móvil -*

Chiclayo.

Mendoza, L. (2020). Responsabilidad Social Empresarial e Imagen Institucional desde la perspectiva de los empleados administrativos de la sede central de migraciones de Breña, 2020. *Repositorio Institucional* - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48283>

Montañez, G., & Gutiérrez, S. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés* (1era. edic). Centro de estudios e investigaciones para el desarrollo docente.

Montoya, B., & Martinez, P. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales* (1era. edición). Rood Consultoría, comunicación y rp.

Muñoz, B. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. *Universidad Técnica de Machala*. <https://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=2&sid=1f7a4b09-2e9b-49ac-b10f-f02bdee3a7d1%40sessionmgr102&bdata=JmF1dGh0eXB1PzbyZjdXN0aWQ9czQ1MDkwNDImbGFuZz1lcYzZaXRIPWVkey1saXZl#AN=edsbas.79322E4E&db=edsbas>

Palacios, M., Naranjo, M., Palacios, M., & Álvarez, F. (2020). Imagen corporativa del instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, ISSN-e 2542-3088, Vol. 5, N°. Extra 3, 2020 (Ejemplar Dedicado a: Especial: Administración), Págs. 544-573, 5(3), 544–573. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i3.911>

Pérez, A. (2011). *Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=22625&info=resumen&idioma=SPA>

Pérez, A., & Bosque, I. (2012). La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España. *Universia Business Review*, 33, 14–29. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43323186001>

Presuttari, L. (2016). *Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial*. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/13053>

Prudencio, E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial y la Imagen de la Marca de la empresa Soto Sport, Los Olivos 2018 [Universidad César Vallejo]. In *Universidad César Vallejo*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24868>

Quispe, A. (2013). El uso de la encuesta en las ciencias sociales . *Universidad Autónoma de Tlaxcala*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IOuODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=que+es+la+encuesta&ots=4a6w2bHRyC&sig=IXyE0QpCYKKMz6ShQkzHxBQb2Cs#v=onepage&q=que es la encuesta&f=false>

Ramos, A. (2021). Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en una empresa de fabricación de fósforos, Lima - 2021. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/77494>

Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., & García de la Torre, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial* (1era. edic). Pearson Educación de México, SA. de C.V.

Riascos, J. V. (2019). Identidad e imagen corporativas. Relación entre los perfiles de identidad e

imagen de la Feria de Loja Corporate Identity and image. Relation between the profiles of identity and image of the Feria de Loja. *Nº, 17(17)*, 189–208. <https://doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-10-189-208>

Truñó i Gual, J. (2016). *La responsabilidad social corporativa. Una aproximación en el sector bancario.*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=117115&info=resumen&idioma=SPA>

Vargas, Z. (2009). LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA. *EDUCACIÓN*, 33(1), 155–165.

Vega, M., & Egüez, D. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en la imagen de marca e intención de compra de envases para alimentos y bebidas. *INNOVA Research Journal*, 2(11), 186–200. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.285>

Vianey Hidalgo, B., Álvarez Velázquez, E., Cruz Luis, E., & Barrera Reyes, M. A. (2017). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ESTUDIO DIAGNÓSTICO EN EMPRESAS DE TUXPAN, VERACRUZ. *Revista de La Alta Tecnología y Sociedad*, 9(2), 38–44.

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=123802296&authtype=ss](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=123802296&authtype=ss&custid=s4509042)
[o&custid=s4509042](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=123802296&authtype=ss&custid=s4509042)

Vilchez, I. (2018). *Relaciones entre la responsabilidad social empresarial y la imagen corporativa de Minera Aurífera Retamas S.A, La Libertad, 2017.* UPN. Facultad de Negocios. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14737/VilchezValencia.pdf?sequence=8&isAllowed=y>