

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales



**Responsabilidad social, ética empresarial y amor a la marca
como predictores de la lealtad: Una percepción del usuario de
instituciones sin fines de lucro**

Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro en Administración de
Negocios con mención en Gestión Empresarial

Autor:

Jorge Joel Moncada López
Samuel Stanley Mathews Paredes
Julio Cesar Mathews Paredes

Asesor:

Mtra. Dany Yudet Millones Liza

Lima, agosto 2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dany Yudet Millones Liza, docente de la Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales, Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Responsabilidad social, ética empresarial y amor a la marca como predictores de la lealtad: Una percepción del usuario de instituciones sin fines de lucro”** de los autores Jorge Joel Moncada López, Samuel Stanley Mathews Paredes y Julio César Mathews Paredes tiene un índice de similitud de 8 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 31 días del mes de agosto del año 2023.



Dany Yudet Millones Liza

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE MAESTRO

En Lima, Ñaña, Villa Unión, el 31 día del mes de agosto del año 2023, siendo las 18:00 horas se reunieron en la sala virtual <https://adventistas.zoom.us/j/86977396561> de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección de la Señor Presidente del Jurado: Dr. Edwin Octavio Cisneros Gonzales y los demás miembros siguientes:

Secretaria:	Mg. Mariné Estefa Huayta Meza
Asesor:	Mg. Dany Yudet Millones Liza
Vocal:	Dra. Elizabeth Emperatriz García Salirrosas
Vocal:	Mg. Gladys Toyohama Pocco

Con el propósito de llevar a cabo el acto público de la sustentación de tesis de posgrado titulada: "Responsabilidad social, ética empresarial y amor a la marca como predictores de la lealtad: Una percepción del usuario de instituciones sin fines de lucro"; de los egresados: JORGE JOEL MONCADA LOPEZ, SAMUEL STANLEY MATHEWS PAREDES y de JULIO CÉSAR MATHEWS PAREDES, conducentes a la obtención del Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios con mención en Gestión Empresarial.

El presidente del Jurado dio por iniciado el acto académico, invitando a los candidatos a hacer uso del tiempo señalado para su exposición (25 '). Concluida la misma, el presidente del Jurado invitó a los demás miembros a realizar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes que fueron absueltas por los candidatos, el acto fue seguido de un receso de quince minutos para las deliberaciones y el dictamen de Jurado. Vencido el tiempo de las deliberaciones, el Jurado procedió a dejar constancia escrita del resultado en la presente acta, con dictamen siguiente:

APROBADO por UNANIMIDAD calificación: APROBADO CON ESCALA VIGESIMAL 16 ESCALA CUALITATIVA CON NOMINACIÓN DE BUENO, CON MERITO MUY BUENO.

El presidente del Jurado hizo alusión a los maestrandos y solicitó a la secretaria la lectura correspondiente para poner en su conocimiento el resultado, terminado el mismo y sin objeción alguna, el presidente del jurado dio por concluido el acto, en fe de lo cual firman al pie.



Presidente

Secretaria

Candidato

Candidato

Vocal

Vocal

Índice

Resumen	5
Abstract.....	5
Introducción.....	5
Revisión de la literatura y desarrollo de hipótesis	6
Responsabilidad Social	6
Ética Empresarial.....	7
Amor a la marca.....	7
Lealtad	7
Desarrollo de hipótesis	8
Social responsibility, business ethics, brand love and brand loyalty	8
Materiales y métodos.....	10
Resultados.....	12
Discusiones.....	14
Conclusiones y recomendaciones	16
Referencias	17

Responsabilidad social, ética empresarial y amor a la marca como predictores de la lealtad: Una percepción del usuario de instituciones sin fines de lucro

Resumen

La lealtad es un tema muy estudiado y se ha demostrado que tiene un alto impacto en el cumplimiento de los objetivos institucionales. De esta forma, se han examinado algunos de los factores que pueden predecir la fidelidad de los usuarios. En este contexto, se ha realizado un estudio dentro de las instituciones denominadas tercer sector, obteniendo la participación de 501 encuestados entre peruanos y uruguayos, los resultados muestran que un adecuado ajuste del modelo que sustenta la teoría que especifica que la responsabilidad social, la ética empresarial y el amor por la marca predicen la lealtad del usuario. Estos hallazgos son de suma importancia para las instituciones referidas, ya que aquí se encuentra una de las alternativas para fidelizar a los usuarios.

Abstract

Loyalty is a highly studied subject and it has been shown that it has a high impact on the fulfillment of institutional objectives. In this way, some of the factors that can predict user loyalty have been examined. In this context, a study has been carried out within the institutions called third sector, obtaining the participation of 501 respondents among Peruvians and Uruguayans, the results show that an adequate adjustment of the model that supports the theory that specifies that social responsibility, business ethics and brand love predict user loyalty. These findings are highly important for the institutions referred to, since here is one of the alternatives to build user loyalty.