

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



**El futuro de la responsabilidad social corporativa: Examinando el  
rol de la imagen corporativa, satisfacción y lealtad del cliente  
desde la perspectiva de los peruanos**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado(a) en  
Administración y Negocios Internacionales

**Autores:**

Gimena Ester Cruz Quispe  
Yover Eli Fernández Sánchez

**Asesora:**

Dra. Miluska María del Carmen Villar Guevara

Lima, diciembre de 2024

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dra. Miluska María del Carmen Villar Guevara, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“El futuro de la responsabilidad social corporativa: Examinando el rol de la imagen corporativa, satisfacción y lealtad del cliente desde la perspectiva de los peruanos”**, de los autores Gimena Ester Cruz Quispe y Yover Eli Fernández Sánchez tiene un índice de similitud de 10 % 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 Juliaca, a los 19 días del mes de diciembre del año 2024.



Dra. Miluska María del Carmen Villar Guevara  
Asesora

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Ñaña, Villa Unión, a... 19 ... día(s) del mes de... diciembre ... del año 2024, siendo las... 15:00 ... horas, se

reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):  
 Dr. Jesús Byarano Augui el (la) secretario(a): Mtro. Alcides  
 Alberto Flores Saínz y los demás miembros: Dr. José Eber  
 Paz Vilchez y el (la) asesor(a) Miluska María Del

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "El futuro de la  
 responsabilidad social corporativa: examinando el rol de  
 la imagen corporativa, satisfacción y lealtad del cliente desde  
 la perspectiva de los peruanos". del(los) bachiller/es:

- a) Yoner Eli Fernández Sánchez
- b) Gimena Ester Cruz Quispe
- c)

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Yoner Eli Fernández Sánchez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Buena</u>	<u>Muy bueno</u>

Bachiller (b): Gimena Ester Cruz Quispe

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Buena</u>	<u>Muy bueno</u>

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(\*) Ver parte posterior  
 Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

\_\_\_\_\_  
 Presidente/a

\_\_\_\_\_  
 Asesor/a

\_\_\_\_\_  
 Bachiller (a)

\_\_\_\_\_  
 Secretario/a

\_\_\_\_\_  
 Miembro

\_\_\_\_\_  
 Miembro

\_\_\_\_\_  
 Bachiller (b)

\_\_\_\_\_  
 Bachiller (c)

## ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	5
Abstract.....	6
1. Introducción.....	7
2. Revisión de la literatura.....	8
3. Materiales y métodos.....	9
4. Resultados.....	11
5. Discusión.....	15
6. Conclusiones.....	18
Conflictos de intereses.....	18
Referencias.....	18
ANEXOS.....	25
Anexo A. Evidencia de sumisión del artículo.....	25
Anexo B. Resolución de inscripción del Perfil de Proyecto de Investigación.....	26
Anexo C. Resolución de dictamen del artículo.....	27
Anexo D. Resolución de cierre del proceso.....	28
Anexo E. Carta de aprobación del comité de ética.....	29

# **El futuro de la responsabilidad social corporativa: Examinando el rol de la imagen corporativa, satisfacción y lealtad del cliente desde la perspectiva de los peruanos**

## **Resumen**

La responsabilidad social corporativa siempre ha ocupado un lugar importante en el mercado cooperando con la construcción de un mundo empresarial más competitivo y eficaz, el mismo que debe incorporarse en varios sectores, incluidas las instituciones financieras. Esta investigación se propuso analizar si la responsabilidad social corporativa, la satisfacción e imagen corporativa impactan en la lealtad del cliente. Se realizó un estudio explicativo considerando a 424 peruanos con edades comprendidas entre 18 y 68 años ( $M=32.70$  y  $DE=10.66$ ). Los datos se recolectaron mediante una escala de autoinforme de responsabilidad social corporativa, imagen corporativa, satisfacción y lealtad del cliente. El modelo teórico se evaluó mediante el Partial Least Square (PLS-SEM). Se obtuvo un modelo de medida con ajuste adecuado ( $\alpha=$  entre 0.901 y 0.950;  $CR=$  entre 0.902 y 0.950;  $AVE=$  entre 0.746 y 0.910). Con base en los resultados, se demostró un impacto positivo de la responsabilidad social corporativa en la lealtad del cliente ( $\beta=0.264$ ;  $p<0.000$ ;  $t=4.593$ ) y la imagen corporativa ( $\beta=0.235$ ;  $p<0.000$ ;  $t=4.615$ ), de la satisfacción en la lealtad del cliente ( $\beta=0.317$ ;  $p<0.000$ ;  $t=4.061$ ) y la imagen corporativa ( $\beta=0.645$ ;  $p<0.000$ ;  $t=12.766$ ), y de la imagen corporativa en la lealtad del cliente ( $\beta=0.235$ ;  $p=0.005$ ;  $t=2.810$ ). El modelo confirmó que la responsabilidad social corporativa, la satisfacción e imagen corporativa son factores que impactan en la lealtad del cliente. Esta investigación otorga una perspectiva valiosa en la toma de decisiones informadas para gestores bancarios que buscan mejorar la percepción de sus clientes en entornos más sostenibles y fomentar un contexto competitivo que beneficie a sus stakeholders.

**Palabras clave:** responsabilidad social corporativa, CSR, imagen corporativa, satisfacción del cliente, lealtad del cliente, futuro.